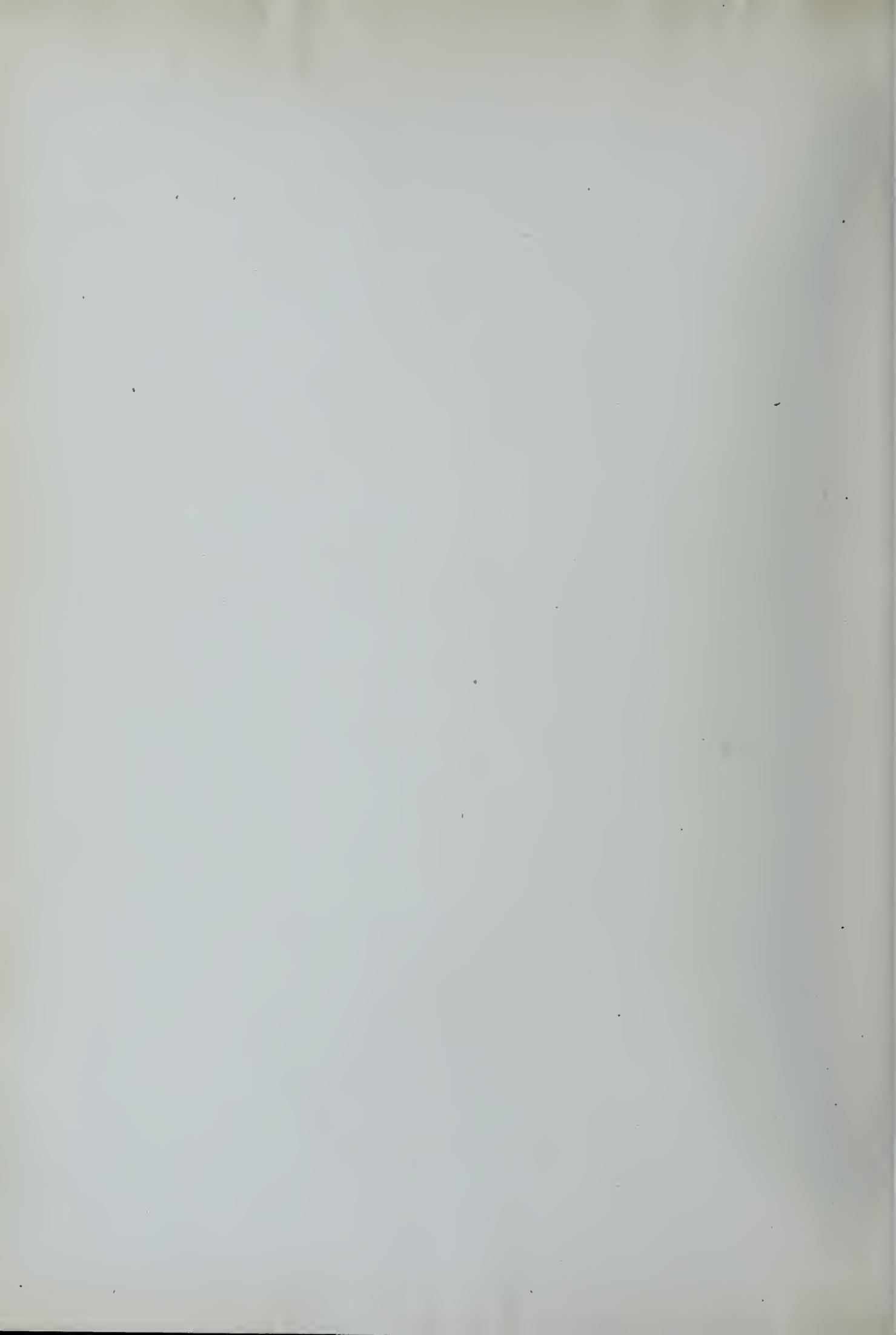




Library
of the
University of Toronto





MONTREAL

VOL. VI



JANVIER 1907

No 1

LIQUEURS ET TABAGS

LIQUORS & TOBACCOS

Si vous voulez plaire à
vos clients offrez leur
le FAMEUX CIGARE

“DIXIE”

Manufacturé par
MILLER & LOCKWELL
QUEBEC.

MAISON
ETABLIE EN 1827

LA
MARQUE LA
PLUS ANCIENNE

ROBERTSON'S

SCOTCH WHISKY

Distillerie Coleburn-Glenlivet
Elgin, Ecosse.

Malt d'Orge
Uniquement

VINS DE PORT ET SHERRIES DE FEUERHEERD



Spécialités : { PORT COMMENDADOR.
SHERRY EMPERADOR.



Port en fûts des Marques de cette Firme Renommée expédié en Bond, F. O. B., directement d'Oporto, à partir de \$155.00 par Pipe de 115 gallons; \$80.00 (Hogsheads 56 gallons); \$45.00 (Quarts 28 gallons); \$28.00 (Octaves 14 gallons).

Les premiers et les plus forts expéditeurs au Canada de PORT et de SHERRY de Haute Qualité.

Gérant - Général pour le Canada :

HENRY O. WOOTTEN

41, rue des COMMUNES, MONTREAL.



LIQUEURS ET TABACS—Revue Mensuelle publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2347, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance. France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur **un avis par écrit**, adressé au **bureau même** du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit : **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.

Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, JANVIER 1907

No 1

ASSEMBLEE
GENERALE
ANNUELLE

DE

L'Association des
COMMERÇANTS LICENCIÉS

de Vins et de Liqueurs

De la Cité de Montréal,

JEUDI
3 JANVIER 1907,

A 3 hrs p.m. très précises.

— AU —

Monument National

GENERAL
ANNUAL
MEETING

— OF THE —

LICENSED VICTUALLERS'
ASSOCIATION

OF MONTREAL,

THURSDAY
3rd of Jan., 1907,
At 3 p. m. sharp.

— IN THE —

Monument National

A tous nos Lecteurs

*Nous présentons nos Souhais de
Bonheur et de Prospérité pour
l'année 1907.*

"Liqueurs et Tabacs."

Association des Com-
merçants Licenciés
de Vins et de Li-
queurs de la Cité
de Montréal : : :

Incorporée en Juin 1884.

VICTOR LEMAY
Président.
L. A. LAPOINTE
Secrétaire.

DIRECTEURS
H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARITEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES,
LAWRENCE A. WILSON
. L. ETHIER, A. BLONDIN,
Prés. Hon.



JAS. MCCARREY
Vice-Prés.
VICTOR BOUGIE,
Trésorier.

AVISEURS:
Maire H. A. EKKERS,
Ech. C. ROBILARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE,
Ex-Maire
JOS. LAMARCHE,
J. ED. QUINTAL,
J. M. FORTIER,
JOS. TASSÉ,

Licensed Victuallers
Association of
Montreal: : : :

Incorporated June, 1884.

Avisers Légaux: MM. J. L. PERRON, ET P. G. MARTINEAU.
Auditeurs: F. A. CHAGNON ET MORTIMER HUSHION.

TELEPHONES: { Bell Main 4187,
Des Marchands 621

Bureau: 66 Rue St-Jacques.

Assemblée Générale

MONTREAL, le 29 Décembre 1906.

MONSIEUR,—L'Assemblée Générale Annuelle
des Membres de l'Association aura lieu jeudi, le 3
janvier 1907, à trois heures p.m., très précises au
Monument National, No 296, Boulevard St-
Laurent, Chambre No 6.

Vous êtes respectueusement prié d'y assister.
Par ordre, LE SECRÉTAIRE.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ DERNIER AVIS.

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction
d'exiger le paiement des contributions de 1906
et des arrérages dus à l'Association. En consé-
quence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés
d'en faire parvenir le montant au Secrétaire
aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,
Votre obéissant serviteur,
L. A. LAPOINTE,

General Meeting

MONTREAL, December 29th, 1906.

SIR.—The General Annual Meeting of the
Association will be held on Thursday the 3rd. Jan.
1907, at 3 p.m. sharp, in the Monument National,
No. 296 St. Lawrence Street, Room No. 6.

You are respectfully requested to attend.

By order, THE SECRETARY.

FEES ARE NOW DUE LAST NOTICE

I have received instruction from the Board of
directors to collect the fees of 1906 and arrears
due to the Association. Consequently those who
have not yet paid are requested to send in the
amount to the Secretary, as soon as possible.

I have the honor to be, Sir,
Yours truly,
L. A. LAPOINTE,

LE WHISKY

**SPECIAL
LIQUEUR**

DE

DEWAR

Est reconnu comme le plus
fin Whisky sur ce marché
ou sur tout autre marché.

AUX MEMBRES

MONTRÉAL, le 31 Décembre, 1906

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que, jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association pour l'année 1906, à savoir :

BRASSEURS — BREWERS

- MM. Dawes & Co.
- " Wm. Dow & Co.
- " J. H. & R. Molson Bros.
- " Canadian Breweries, Ltd.
- " Montreal Brewing Co.
- " C. S. Reinhardt.

Agents de Brasseries—Brewery Agents.

- MM. P. L. N. Beaudry, (Labatt's).
- " Geo. Sorgins.
- " Ferd. Paquette.
- " J. G. Vinette.

Mfrs d'Eaux Gazeuses — Aerated Water Mfrs.

- MM. C. Robillard & Cie.
- " Goulet & frère.
- " J. Christin & Cie.
- " Jos. Lecompte.
- " Robert Millar.
- " Chas. Gurd & Co.
- " J. E. Truesdel.
- " Radnor Water Co.
- " J. E. Rowan.
- " Robert Allan.

DIVERS — MISCELLANEOUS

- MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
- " Gilbert Tibert, H. de T., Beauharnois.
- " R. P. Laprairie, Voyageur.
- " Paul Blouin, Mch. Tailleur.
- " Adolphe Lemay, Ent. P. Funèbres.
- " Otto Zepf, Mch. de Bouchons.
- " F. E. Fontaine, Agent de Publicité.
- " C. E. Thibault, Ent. Plombier.
- " Alfred Richard, Maître-Boucher.
- " Thos. Burdett, Pompes à Bière, etc.
- " Philias Monette, Marchand de Bois.
- " L. R. Montbriand, Architecte.
- " H. C. Grégoire, Verreries.
- " H. Bourgie, Entrepreneur de Pompes Funèbres.
- " Edm. Lafond, fleuriste.
- " R. Charlebois, Md. Tailleur.
- " A. P. Pigeon, Imprimeur.
- " Edouard Biron, Notaire.

MARCHANDS — MERCHANTS

- MM. L. Bécigneul, (Lake Megantic).
- " H. H. Guay, Victoriaville.
- " P. Simard, St Jérôme.
- " Siméon Beaudin, Valleyfield.

COMPTABLES—ACCOUNTANTS

- M. Alex. Desmarteau.
- " F. X. Bilodeau.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

ORGANE OFFICIEL

Tout membre de l'Association de Montréal ou de la Fédération de la Province a droit à une copie gratuite du Journal "Liqueurs et Tabacs," et, en cas de non livraison, avis devra être donné au Secrétaire.

L. A. LAPOINTE,
Secrétaire.

TO MEMBERS

MONTREAL, December 31st, 1906

Sirs,—I have the honor to inform you that up to date the following Business Firms and affiliated members are in good standing with the Association. for the year 1906, viz :

VIÑS ET LIQUEURS—WINES & LIQUORS

- MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited.
- " F. X. St. Charles & Cie.
- " J. M. Douglas & Co, (a'ts, John Dewar & Sons, Ltd.)
- " Boivin, Wilson & Cie.
- " Hudon, Hébert & Cie.
- " D. Masson & Cie.
- " N. Quintal & Fils.
- " L. Chaput, Fils & Cie.
- " H. O. Wootten, Mgr. (J. Robertson & Son, Ltd.)
- " Wm. Farrell, Ltd.
- " Meagher Bros. Co.
- " Laporte, Martin & Cie, Ltée.
- " Mathieu Frères
- " Motard, Fils & Sénécal.
- " F. Arpin & Cie, Marieville.
- " Gillespies & Co., (Agt., E. W. Parker.)
- " A. E. Mallette.

DISTILLATEUR — DISTILLER

- M. H. Corby.

EMBOUTEILLEURS—BOTTLERS

- MM. Thos. Kinsella.
- " John Bishop.
- " A. H. Brown.

Extraits de Bœuf, etc.—Beef Extracts, etc.

- MM. Bovril Limited—Fluid Beef.
- " Colonial Fluid Beef.

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

- MM. P. Chaput, (La Champagne).
- " The Tucket Cigar Co. (Hamilton).
- " Armand Larue.
- " E. N. Cusson.
- " V. Forest.
- " L. O. Grothé & Cie.
- " Z. Davis.
- " Harris, Harkness & Co.
- " Arthur Brodeur, Rep. John McGee & Sons.
- " S. Davis & Sons.
- " J. M. Fortier.
- " Edw. Youngheart & Co.
- " H. Simons & Sons.
- " W. R. Webster & Co. (Sherbrooke.)

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

OFFICIAL ORGAN

All Members of the Licensed Victuallers' Association of Montreal or the Federation of the Province are entitled to a free copy of the Newspaper "Liqueurs et Tabacs" and, in case of no delivery, notice of the fact should be given to the Secretary.

L. A. LAPOINTE,
Secretary.

Jules Robin & Cie

COGNAC



LE

COGNAC

Jules Robin & Cie,

a été le leader sur le marché
canadien pendant au-delà d'un
demi-siècle et entend conser-
ver sa position

En vente chez tous les principaux
Négociants en Vins.

JOHN HOPE & CO.,

Agents pour le Canada,

ASSEMBLEE GENERALE MENSUELLE
DE L'ASSOCIATION DES COMMER-
CANTS LICENCIÉS DE VINS ET LIQUEURS DE LA
CITE DE MONTREAL

Une assemblée générale mensuelle des membres de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal a eu lieu le mercredi 5 décembre 1906, au Monument National sous la présidence de M. Victor Lemay.

Etaient présents: MM. Jas. McCarrey, Victor Bougie, L. A. Lapointe, H. A. Dansereau, Jos. Bariteau, Eug. Masse, Nap. Tremblay, Naz. Gauthier, A. J. Ayotte, Jos. Taillon, Adrien Crépeau, Wm Dépatie, H. Villeneuve, A. A. Gingras, Wilfrid Courville, Jos. Roch, P. Thibault, Geo. Simard, Jos. Laporte, Arthur Bonneau, Michael Murphy, Pat. Scullion, B. Law, Pat. McGoogan, Arthur Hinlan et plusieurs autres.

Après l'adoption du procès-verbal de la dernière séance, le rapport du trésorier est soumis et adopté, et montre au bénéfice de l'association la somme de \$3,175.09.

L'ordre du jour portant la mise en nomination des candidats aux charges d'officiers pour l'exercice de l'année 1907,

Le secrétaire soumet les nominations suivantes qui lui ont été remises suivant les règlements:

Proposé par M. Jos. Bariteau, secondé par M. Naz. Gauthier,

Que M. V. Lemay soit mis en nomination pour la charge de président pour l'exercice de l'année 1907.

Aucun autre candidat à la présidence n'étant mis en nomination, M. Victor Lemay est déclaré élu président pour l'année 1907.

Proposé par M. L. A. Lapointe, secondé par M. Eug. Masse,

Que M. Jas. McCarrey soit mis en nomination pour la charge de vice-président pour l'exercice de l'année 1907.

Aucun autre candidat à la vice-présidence n'étant mis en nomination, M. Jas. McCarrey est déclaré élu vice-président pour l'année 1907.

Proposé par M. V. Bougie, secondé par M. V. Lemay,

Que M. L. A. Lapointe soit mis en nomination pour la charge de secrétaire pour l'exercice de l'année 1907.

Aucun autre candidat n'étant mis en nomination pour le secrétariat, M. Lapointe est élu secrétaire pour l'année 1907.

Proposé par M. H. A. Dansereau, secondé par M. Jas. McCarrey,

Que M. V. Bougie soit mis en nomination pour la charge de trésorier pour l'exercice de l'année 1907.

Aucun autre candidat n'étant mis en nomination pour la trésorerie, M. Bougie est élu trésorier pour l'année 1907.

Proposé par M. Naz. Gauthier, secondé par M. Jos. Bariteau,

Que M. H. A. Dansereau soit mis en nomination pour la charge de directeur pour l'exercice de l'année 1907.

Proposé par M. Jas. McCarrey, secondé par M. Eug. Masse,

Que M. Nap. Tremblay soit mis en nomination pour la charge de directeur pour l'exercice de l'année 1907.

Proposé par M. Eug. Masse, secondé par M. H. A. Dansereau,

Que M. Naz. Gauthier soit mis en nomination pour la charge de directeur pour l'exercice de l'année 1907.

Proposé par M. Arthur Bonneau, secondé par M. H. A. Dansereau,

Que M. Jos. Bariteau soit mis en nomination pour la charge de directeur pour l'exercice de l'année 1907.

Proposé par M. Jas. McCarrey, secondé par M. Jos. Bariteau,

Que M. Eug. Masse soit mis en nomination pour la charge de directeur pour l'exercice de l'année 1907.

Proposé par M. Jos. Bariteau, secondé par M. Eug. Masse,

Que M. A. J. Ayotte soit mis en nomination pour la charge de directeur pour l'exercice de l'année 1907.

Comme la constitution spécifie que le nombre des directeurs sera de six et que six candidats seulement sont mis en nomination, les six candidats plus haut nommés sont déclarés élus directeurs pour l'exercice de l'année 1907.

Proposé par M. V. Bougie, secondé par M. V. Lemay,

Que Messieurs le Maire H. A. Ekers, l'ex-maire H. Laporte, M. Martin, M.P.; l'échevin C. Robillard, MM. J. M. Wilson, Thomas Kinsella et J. M. Fortier, soient mis en nomination pour les charges d'aviseurs pour l'exercice de l'année 1907.

Les règlements spécifiant que le nombre des aviseurs sera de sept, ce nombre étant rempli sans autres mises en nomination, ces messieurs sont déclarés élus.

M. le Président présente ses remerciements à l'assemblée pour l'honneur que l'association vient de lui faire en le réélisant, et il se fait l'interprète de tous les membres du bureau de direction qui viennent d'être réélus. C'est, dit-il, la meilleure preuve de la satisfaction générale au sujet de l'administration des affaires de l'association, et un encouragement pour les officiers de faire aussi bien, sinon mieux, dans l'avenir, que par le passé.

Avant la clôture de l'assemblée, la question de la demande par certaines personnes bien intentionnées, de faire fermer les hôtels et restaurants le samedi, à sept heures du soir, et cela, sans faire fermer les épiceries licenciées, a été discutée.

Il est résolu que les raisons à apporter contre ce projet seront données et soumises en temps et lieu, et selon les circonstances.

GENERAL MONTHLY MEETING OF
THE MONTREAL LICENSED VIC-
TUALLERS' ASSOCIATION.

This meeting was held Wednesday, Dec. 5th, 1906, at the Monument National. M. V. Lemay presiding.

Were also present the following members: Messrs. Jas. McCarrey, Victor Bougie, L. A. Lapointe, H. A. Dansereau, Jos. Bariteau, Eug. Masse, Nap. Tremblay, Naz. Gauthier, A. J. Ayotte, Jos. Taillon, Adrien Crépeau, Wm. Dépatie, H. Villeneuve, A. A. Gingras, Wilfrid Courville, Jos. Roch, P. Thibault, Geo. Simard, Jos. Laporte, Arthur Bonneau, Michael Murphy, Pat. Scullion, B. Law, Pat. McGoogan, Arthur Hinlan and several others.

The minutes of the last meeting being read and ratified, the treasurer's report is submitted and adopted, this document shows a sum of \$3,175.09 to the credit of the Association.

The nomination of the candidates for the offices of the Association for the year 1907 then took place.

The secretary submits following nominations placed in his hands in accordance to the by-laws.

Proposed by Mr. Jos. Bariteau, seconded by Mr. Naz. Gauthier, that Mr. V. Lemay be nominated for the office of president during the year 1907.

There being no other candidate, Mr. Lemay is declared elected president for the ensuing year.

Proposed by Mr. L. A. Lapointe, seconded by Mr. E. Masse, that Mr. Jas. McCarrey be nominated as vice-president for the coming year.

There being no other candidate, Mr. McCarrey is declared elected.

Proposed by Mr. V. Bougie, seconded by Mr. V. Lemay, that Mr. L. A. Lapointe be nominated as secretary for the coming year.

There being no other candidate, Mr. L. A. Lapointe is declared elected for the coming year.

Proposed by Mr. H. A. Dansereau, seconded by Mr. Jas. McCarrey, that Mr. V. Bougie receive the nomination as treasurer for the coming year.

There being no other candidate, Mr. V. Bougie is declared elected.

It is then proposed by Mr. Naz. Gauthier, seconded by Mr. Jos. Bariteau, that H. A. Dansereau be nominated as director for the coming year.

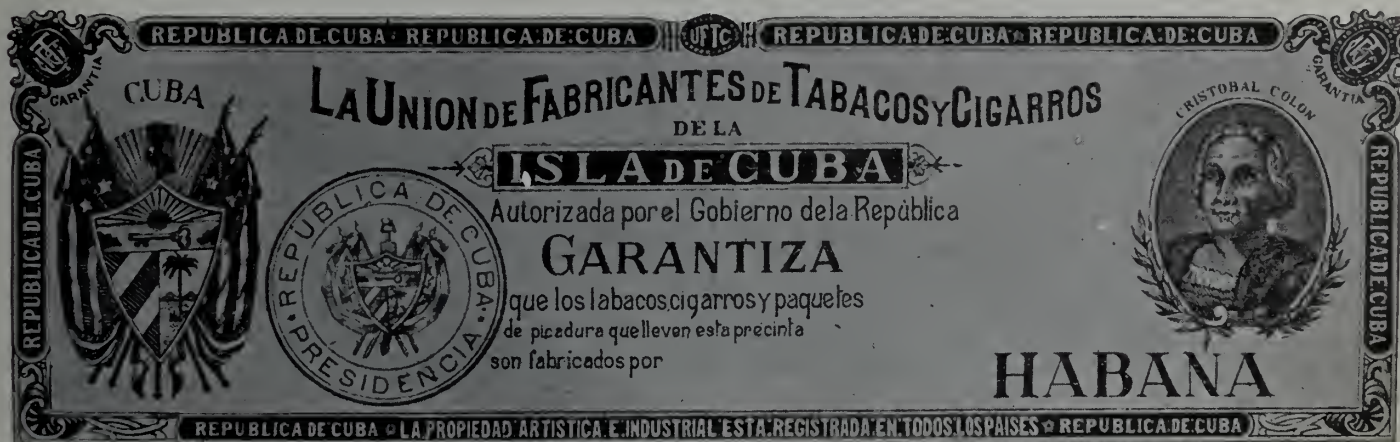
Proposed by Mr. Jas. McCarrey, seconded by Mr. Eug. Masse, that Mr. Nap. Tremblay be nominated as director for the coming year.

Proposed by Mr. E. Masse, seconded by Mr. H. A. Dansereau, that Mr. Naz. Gauthier be nominated director for the coming year.

Proposed by Mr. A. Bonneau, seconded by Mr. H. A. Dansereau, that Mr. Jos. Ba-

Facsimilé, grandeur naturelle, de la nouvelle ETIQUETTE, qu'avec l'autorisation du Gouvernement de la République, emploient les industriels qui constituent

"L'UNION DES FABRICANTS DE TABACS ET CIGARES DE L'ILE DE CUBA"



La vignette ci-dessus, est un facsimilé, grandeur naturelle, de la nouvelle ETIQUETTE, qu'avec l'autorisation du Gouvernement de la République, emploient les industriels qui constituent la société : **"Union des Fabricants de Tabacs et Cigares de l'île de Cuba,"** comme preuve de la provenance des tabacs, cigares et paquets de choix fabriqués à CUBA.

Les consommateurs de ces produits, qui désirent se procurer ceux qui se fabriquent à CUBA, avec de la véritable **"FEUILLE CUBAINE,"** ne devront pas acheter d'autres tabacs, cigares, et paquets de choix, que ceux qui portent sur leur enveloppe l'ETIQUETTE ou le sceau de garantie, de **"l'Union des Fabricants de Tabacs et Cigares de l'île de Cuba;"** laquelle poursuivra, d'après la loi, ceux qui falsifient ou imitent, ou par tout autre moyen essayent de rendre inefficace la garantie qu'elle accorde.

COULEURS DE L'ETIQUETTE. — Elle est gravée en noir sur fond bleu pâle. Le facsimilé du sceau de la Présidence de la République est en bleu ciel.

Dans l'espace qui paraît non employé sur l'ETIQUETTE, est porté le nom du fabricant qui en fait usage.

ETABLIS EN 1819

BISQUIT'S OLD LIQUEUR BRANDY

20 ans de fût avant l'embouteillage.

La Vieille Liqueur de Bisquit est en bouteilles portant une étiquette d'Or, une Capsule Rouge et les Bouchons sont marqués.

Méfiez-vous des Substitution.

EXPEDIE PAR

Bisquit, Dubouché & Co.

JARNAC — COGNAC

SEULS AGENTS

POUR LE CANADA:

**WALTER R. WONHAM & SONS,
MONTREAL.**



MARQUE



DE
COMMERCE

riteau be nominated director for the coming year.

Proposed by Mr. Jos. Bariteau, seconded by Mr. E. Masse, that Mr. A. J. Ayotte be nominated director for the coming year.

There being no other candidates, the above named members were declared elected directors according to the constitution of the Association.

Proposed by Mr. V. Bougie, seconded by Mr. V. Lemay, that Messrs. Mayor H. A. Ekers, ex-mayor Laporte, M. Martin, M. P., alderman C. Robillard, J. M. Wilson, Thos. Kinsella and J. M. Fortier be nominated advisers for the year 1907.

There being no other candidates, the above named parties are declared duly elected, according to the constitution of the Association.

The president, speaking on his behalf and also for the members of the board of directors who have been reelected, thanks the members of the Association for the honor conferred on himself and his colleagues and states that the members have given their sanction of the manner in which the business of the Association has been conducted and this reelection is an encouragement for the officers to act to the best of their abilities as in the past and to do better if possible.

Before the close of the meeting a certain project coming from well meaning sons and having for object the closing of hotels and restaurants at seven p.m. on Saturdays, is discussed although licensed groceries are not included in this proposition.

It is resolved that the objections to be made against this proposition be issued at the proper time and as the occasion requires.

ASSEMBLEE DU BUREAU DE DIRECTION DE L'ASSOCIATION DES COMMERÇANTS LICENCIÉS DE VINS ET LIQUEURS DE LA CITE DE MONTREAL.

A une assemblée du bureau de direction tenue le 4 décembre 1906, sous la présidence de M. Victor Lemay,

Etaient présents: MM. Jas. McCarrey, Victor Bougie, Jos. Bariteau, H. A. Dansereau, Naz. Gauthier, A. J. Ayotte, Eug. Masse, et le secrétaire.

Les minutes des assemblées des 6 et 21 novembre sont lues et ratifiées.

Soumises et lues les correspondances suivantes: de MM. G. Nolin, D. Pelletier, Aug. Bessette, re-contribution; de M. A. Brosnan, re-licences à St-Jean, P.Q.; de M. L. A. Wilson, re-demande de M. J. A. Gauthier, de Sherbrooke, et M. P. H. Durocher, de Hull, P.Q., en rapport aux associations locales; A. M. C. Labelle, re-contribution; A. M. Frs. Archambault, chef de police provinciale, re-clubs licenciés.

Il est résolu à l'unanimité d'accepter

les démissions comme membres de MM. J. E. Houde, A. M. Gauthier, E. Giasson, Raymond Beaudoin, et A. H. Brown.

Il est proposé par M. V. Bougie, secondé par M. Naz. Gauthier, que les personnes suivantes soient admises membres de l'Association:

Jos. Leduc, hôtelier, 99 rue St Paul; W. R. Webster & Co, manufacturiers de cigares, Sherbrooke, P.Q.; Edouard Biron, notaire public, 97 rue St-Jacques; Hervé Campeau, hôtelier, 561 rue DeMontigny-Est; Horoné Boisbriand, hôtelier, 520 rue Ste Catherine-Est; Narcisse Beaudry, hôtelier, 127 rue St-Paul; Médéric Martin, manufacturier de cigares, 233 rue Logan.

Lés comptes présentés sont approuvés et l'assemblée s'ajourne.

BOARD OF DIRECTORS' MEETING OF THE LICENSED VICTUALLERS' ASSOCIATION OF MONTREAL.

This meeting was held on the 4th of December 1906. Mr. V. Lemay presiding

Were also present: MM. Jas McCarrey, Victor Bougie, Jos. Bariteau, H. A. Dansereau, Naz. Gauthier, A. J. Ayotte, Eug. Masse, and the secretary.

The minutes of the meetings of Nov. 6th and 21st, are read and approved.

Letters from following parties are read and approved: Messrs. G. Nolin, D. Pelletier, Aug. Bessette, re contribution; Mr. A. Brosnan re licenses, of St. John, P.Q.; Mr. L. A. Wilson, re request of Mr. J. A. Gauthier and from Mr. P. H. Durocher, of Hull, P.Q., re local associations; Mr. C. Labelle, re contribution; F. Archambault, provincial Chief of Police, re licensed clubs.

It is unanimously resolved to accept the resignations of Messrs. J. Houde, A. M. Gauthier, E. Giasson, R. Beaudoin, A. H. Brown

It is proposed by Mr. V. Bougie, seconded by Mr. Naz. Gauthier, that following parties be admitted to membership:

Jos. Leduc, hotel keeper, 99 St. Paul street; H. Boisbriand, hotel keeper, 520 St Catherine; N. Beaudry, hotel keeper, 127 St. Paul street, H. Campeau, hotel keeper, 561 DeMontigny East; N. R. Webster & Co, cigars manufacturers, Sherbrooke, P.Q.; Méd. Martin, cigars manufacturer, Montreal; Ed. Biron, public notary, 97 St James, Montreal.

Various accounts are approved of and the meeting adjourns.

ASSEMBLEE DU BUREAU DE DIRECTION DE L'ASSOCIATION DES COMMERÇANTS LICENCIÉS DE VINS ET LIQUEURS DE LA CITE DE MONTREAL.

A une assemblée du bureau de direction tenue le 21 décembre, sous la présidence de M. Victor Lemay, étaient présents:

MM. Jas. McCarrey, Nap. Tremblay, A. J. Ayotte, Jos. Bariteau et le secrétaire.

Les minutes de la dernière assemblée sont lues et approuvées.

Soumises et lues les correspondances suivantes:

De MM. C. Laplante, J. H. Laing, re-contribution; de la Montreal Business Men's League, re-exposition annuelle; A. Nar. Lord, de St-Jean, re-amendement à la loi des licences.

Il est résolu de porter opposition à la demande d'une licence de club au No 224 rue St Patrick.

Résolu d'accepter la démission de M. J. E. Chapleau, comme membre de l'Association.

Proposé par M. Nap. Tremblay, secondé par M. Jos. Bariteau, que les personnes suivantes soient admises membres de l'Association:

Frs. Laplante, hôtelier, 68 rue Berri; Henri L. Béliveau, hôtelier, 88 rue St-Jacques; Schetagne & Théoret, hôteliers, 65 rue des Commissaires; Adélard Lavigne, hôtelier, 604 rue DeMontigny-Est.

Après quelques affaires de routine l'assemblée s'ajourne.

BOARD OF DIRECTORS' MEETING OF THE LICENSED VICTUALLERS' ASSOCIATION OF MONTREAL.

This meeting was held on the 21st of December 1906, Mm. V. Lemay presiding. Were also present: Messrs. J. McCarrey, Nap. Tremblay, A. J. Ayotte, Jos. Bariteau, and the secretary.

The minutes of the preceeding meeting are read and ratified.

Letters from Messrs. C. Laplante, J. H. Laing, with reference to contributions; from the Montreal Business Men's League re Annual Exhibition; from N. Lord, of St. John, re amendments to the License Laws, are also read.

It is resolved to protest the granting of a club license to the premises situated No 224 St. Patrick street.

The resignation of Mr. J. E. Chapleau is accepted.

It is proposed by Mr. Nap. Tremblay, seconded by Mr. Jos. Bariteau, that the following parties be admitted to membership:

Frs. Laplante, hotel keeper, 68 Berri street; Henri L. Béliveau, hotel keeper, 88 St. James street; Schetagne & Théoret, hotel keepers, 65 Commissioners st.; Adélard Lavigne, hotel keeper, 604 DeMontigny East.

Unanimously adopted.

After discussing sundry matters, the meeting adjourns.

M. W. H. Déry, qui a occupé des positions importantes au-Café Oxford et au Café Martin, rue McGill, vient d'entrer chez MM. Laporte, Martin & Cie, Ltée, en qualité de vendeur; il visitera surtout les hôtels de Montréal.



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.

“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR

HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.

WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS :

LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS: WALTER R. WONHAM & SONS

6 RUE ST SACRAMENT, MONTREAL

ASSOCIATION DES VOYAGEURS DE COMMERCE DU DOMINION

Cette association a eu son assemblée générale annuelle, samedi, le 15 de ce mois, sous la présidence de M. F. L. Cains.

Le rapport du bureau de direction sur les travaux et les résultats de l'année fiscale est sûrement le plus satisfaisant que les membres aient entendu depuis la fondation de l'Association.

Le nombre des membres en règle envers elle est de 5,684 en augmentation de 499 sur celui de l'an dernier.

Le rapport du trésorier établit que le montant total des recettes de revenu est de \$67,597, dont \$54,340 proviennent de la cotisation annuelle des membres et \$13,110 des intérêts sur placements. Il a été payé \$4,897 pour frais d'administration contre \$4,944 l'an dernier et \$32,850 pour réclamations après décès comparativement à \$49,725 l'année précédente. Il a été réalisé \$12,000 sur placements arrivés à terme et \$37,000 ont été prêtés sur immeubles en première hypothèque. Le surplus net pour l'année s'est élevé à \$28,758 et a été porté au compte de capital qui maintenant atteint la jolie somme de \$283,513.

Le rapport fait mention des arrangements pris avec la Eastern Canadian Passenger Association pour l'adoption d'un certificat uniforme et avec le C. P. R. qui a réduit ses taux de 3 à 21-2c. par mille sur sa ligne principale entre le Manitoba, Calgary et Macleod, y compris tous les embranchements de la Saskatchewan et certains embranchements de l'Alberta. La même réduction a été obtenue sur les lignes du Nord-Ouest de la Canadian Northern.

Par contre, dans l'Est, l'Intercolonial a avancé ses taux pour les voyageurs de commerce de 2 à 21-2c. par mille.

Il est fait allusion également, dans le rapport à la taxe imposée dans certaines provinces sur les commis-voyageurs et qui sera abolie en vertu de l'accord passé entre les ministres provinciaux et le gouvernement fédéral à leur réunion relative au rajustement des subsides accordés aux provinces.

Les fidéi-commissaires du fond des hôpitaux déclarent que, grâce aux dons généreux de MM. Mathewson's Sons et Jas. Robinson qui ont chacun donné une somme de \$1,000, une fondation à perpétuité d'un lit en faveur des voyageurs de commerce a été établie à l'Hôpital Général ainsi qu'à l'Hôpital Notre-Dame.

Le rapport a été adopté et des remerciements sont votés aux généreux donateurs.

M. J. S. N. Dougall présente le rapport de la Mutual Benevolent Association qui vient de terminer sa 21e année d'existence. Il y a eu durant les derniers 12 mois 133 nouveaux membres admis; le nombre total des membres est à présent

de 1,228. Après paiement de toutes les réclamations pour décès il reste disponible une somme de \$13,520. Depuis l'organisation de l'Association il a été payé plus de \$200,000 aux familles des membres décédés. M. J. S. N. Dougall fait appel aux membres de l'Association des Voyageurs de Commerce du Dominion, spécialité aux jeunes membres pour s'enrôler sous la bannière de la Mutual Benevolent Association.

Les scrutateurs donnent les résultats des élections pour l'année 1907 comme suit:

Président.—M. E. D. Marceau, par acclamation.

Vice-Président.—M. John Paterson, par acclamation.

Trésorier.—M. R. C. Wilkins, par acclamation.

Directeurs:—MM. E. E. Guilbault, A. J. Brown, A. L. Friedman, James Robertson et J. T. McBride.

Un vote de remerciements aux officiers et aux directeurs sortants, termine l'assemblée après que le nouveau président, M. E. D. Marceau, eût pris possession du fauteuil.

TENTATIVE DE COMBINE

Depuis plusieurs mois des tentatives ont été faites dans le but d'arriver à une amalgamation des principales maisons de vins de champagne. Jusqu'à présent les pourparlers n'ont pas abouti.

La raison principale invoquée pour cette consolidation serait l'économie. Il n'y a guère que les initiés qui peuvent se rendre compte des frais énormes qu'entraîne la vente des vins de champagne surtout aux Etats-Unis.

Nous avons entendu dire que, tout dernièrement, un des propriétaires d'une grande maison de Reims était venu à New-York dans le but d'y étudier le terrain pour le placement de ses vins. Après un séjour assez prolongé, il en serait arrivé à la conclusion que pour implanter avec succès une marque nouvelle sur le continent américain, il lui faudrait faire une dépense d'au moins \$1,500,000 à répartir sur trois années.

Ce qui semble devoir retarder et peut-être même empêcher la formation de l'amalgamation, c'est que les négociants en vins de champagne, propriétaires de grandes marques, sont pour la plupart puissamment riches et qu'ils sont jaloux de conserver leur identité en tant que producteurs et exportateurs. Il ne manque pas, cependant, de commerçants qui prétendent qu'un jour ou l'autre on verra l'amalgamation des grandes maisons de la Champagne.

M. R. Robin vient d'être engagé en qualité de chef de caves par MM. Laporte, Martin & Cie, Ltée. M. Robin occupait autrefois la même position dans la maison F. X. St-Charles & Cie.

LA FERMETURE DES BARS DE BONNE HEURE

Une réunion du comité exécutif de la Dominion Alliance a eu lieu dernièrement, sous la présidence de M. S. J. Carter. On y a discuté le règlement projeté de la fermeture des bars de bonne heure, par lequel tous les bars licenciés de la ville devraient être fermés à 7 heures le samedi soir et à 10 heures les autres jours de la semaine.

La députation qui s'était rendue récemment auprès du Comité de Police a rendu compte que sa proposition avait été accueillie favorablement et que le comité avait promis de s'en occuper avec. Il a été décidé d'insister sur cette question auprès du conseil municipal afin d'obtenir que ce règlement soit adopté le plus tôt possible. Une allusion a été faite au bon fonctionnement d'un règlement semblable en vigueur dans la ville de Québec, et au soutien qu'a reçu ce règlement de la part du meilleur élément de la population.

Quant à l'objection faite en certains milieux que ce règlement reléguerait seulement la vente des liqueurs aux épiciers, il a été déclaré que le règlement proposé comporte une clause défendant la vente des liqueurs enivrantes dans un magasin quel qu'il soit, pendant les heures où les bars et les hôtels seront fermés.

Notre représentant a eu une entrevue avec M. H. O. Wooten, gérant général pour le Canada de la maison John Robertson & Son, Ltd., les grands distillateurs de whiskies écossais, de Dundee. M. Wooten vient tout dernièrement d'installer une branche de la maison à Winnipeg, et il nous dit que les affaires y sont très florissantes comme dans tout le Nord-Ouest en général; et nous dit qu'il est très encouragé par les succès obtenus, à tel point qu'il établira prochainement une autre branche à Vancouver, C.A.

La succursale de Winnipeg est située dans la bâtisse de l'Union Bank, où elle occupe un espace de 7,000 pieds carrés, et là se trouve le plus fort stock de scotch qui soit à Winnipeg.

Pour la distribution de leurs produits, MM. John Robertson & Son, Ltd., se sont assurés les services de MM. James Winton, W. J. Kelly et Chas. Hobbs, très favorablement connus du commerce des vins et liqueurs dans le Nord-Ouest.

Eaux gazeuses de Schweppe

Les Soda Water ainsi que les Dry Ginger Ale anglais de la marque Schweppe Ltd, s'imposent de plus en plus à la consommation de ceux qui recherchent les meilleures eaux gazeuses.

Les affaires de MM. Schweppe Limited prennent une extension énorme en Angleterre, où du reste cette maison tient le haut du pavé depuis plus d'un siècle. Cette vogue s'étend également à toutes les parties du monde civilisé.

Nous remarquons en passant que MM. Schwebps Ltd sont les fournisseurs brevetés du Roi Edouard VII et du Prince de Galles.

A TOUS

Nos clients, patrons et amis d'un bout à l'autre du Canada, nous présentons nos cordiales salutations et

**Nous Souhaitons une Nouvelle Année
de Prospérité.**

Voici quelques marques qui vous aideront à faire un commerce prospère :

COGNACS : Boutelleau & Cie

LIQUEURS FRANÇAISES : Nuyens & Cie

RHUMS : Lilacs
Fine Fleur
Lenfantnoire

WHISKIES ECOSSAIS : Roderick Dhu
Premier
Grand Liqueur

HUDON, HEBERT & CIE, Limitée
MONTREAL.

LA PLUS ANCIENNE MAISON DE SHERRY A JEREZ

Fondée en 1730

SHERRY, LE VIN DES EPECURIENS ROYAUX

LA
MAISON
DE
PEDRO
DOMECQUN
MODELE
D'EXCELLENCE
UNIFORME

Entrée de cour des bureaux principaux de la Maison Domecq.

A différentes époques dans l'histoire du monde, le sherry a acquis une haute place dans la faveur publique, et ce vin semble devoir retenir une appréciation universelle. Pour le moment, toutefois, le sherry détient un record énorme. Les statistiques de la douane espagnole montrent que pendant des siècles, le sherry a été reconnu comme une des principales productions de ce pays, et pendant de nombreuses années, il a figuré comme l'article d'importation le plus important, en comparaison avec des vins similaires. En vue d'obtenir de bonnes données sur ce précieux produit espagnol, le visiteur ne pouvait faire mietux que de se rendre à la ville de Guadelete, de se procurer un guide pour l'accompagner dans son voyage, de façon à avoir quelqu'un pour lui expliquer les nombreux points intéressants qui s'offrent d'eux-mêmes à la pensée. Ce choix n'était pas facile, étant donné qu'à Jerez, il y a beaucoup de marchands auxquels on peut se fier et dont les immenses caves et les énormes magasins indiquent clairement la grande extension du commerce.

Fabrication du sherry, du commencement à la fin

Il est nécessaire de se souvenir que cette fabrication a quatre divisions différentes, qui peuvent être définies comme suit :

Culture de la vigne et travail du moût.
Mise en magasin et maturation du vin.
Exportation et vente.
Distillation des vins nouveaux.

Il serait étonnant qu'un visiteur fasse immédiatement la connaissance d'un homme tel que Don Pedro Domecq, dont la maison réunit les quatre branches des affaires et comprend le cercle de toutes les opérations qui ont rapport à la production et au commerce des vins.

Il est avéré que Don Pedro Domecq est le plus grand propriétaire du pays; car, si on met de côté ses propriétés privées, il possède les vignes les plus étendues et les plus belles. Dans ses caves, il y a la plus grande quantité de vins, et si quelqu'un le surpasse sous ce rapport, on ne le surpasse certainement pas sous le rapport de la qualité, ce qui n'est pas une faible recommandation.



Entre les Bodegas



Endroit charmant.

Toutefois, ce qui importe, c'est d'étudier le commerce, depuis son origine, jusqu'à sa transformation finale:

La maison Domecq est la plus ancienne qui soit établie dans le commerce de vins de Jerez, et elle a figuré au premier rang depuis un siècle et demi.

Comme distillerie des plus fins cognacs et d'autres spiritueux, la maison doit aussi son existence à Domecq, parce qu'il a été le premier à Jerez à distiller de bons spiritueux à un degré faible.

Les vignes sont plantées et cultivées sur la propre terre de Domecq, parce qu'il pes passent dans les pressoirs de Domecq et le ferment obtenu du moût est produit dans les foudres de Domecq. Dans les caves de Domecq et sous l'oeil vigilant de Domecq, le vin arrive à maturation et vieillit; et finalement, Domecq le met en fûts ou en bouteilles, pour l'exportation, sans aucune intervention.

Vieillesse authentique

On peut répéter avec raison que la maison Domecq est la plus vieille qui soit établie dans la belle contrée de Jerez; en effet, elle a été fondée en 1730. Cette antiquité est déjà une garantie suffisante que les vins absolument supérieurs de cette maison sont réellement vieux et que les dates d'une époque éloignée dont ils sont marqués dans les caves très anciennes et dans les inventaires sont authentiques. C'est une maison qui possède réellement des vins vieux d'un siècle et demi, parce que cette maison existe depuis plus d'un siècle et demi.

Cette maison n'est certainement pas dans la situation d'autres maisons récemment établies, qui offrent des vins soi-disant vieux et qui souvent ne connaissent pas leur origine.

La maison Domecq en offrant des vins vieux de 40, 60, 100 et 150 années, peut prouver la véracité de ces chiffres par son inventaire et par la dégustation faite dans ses caves.

Comme preuve de l'ancienneté de la maison Domecq, on peut citer la visite bien connue qu'y fit, en 1823, le roi Don Fernando VII.

Une réputation sans tache

La maison soutient cette réputation par

ses propres moyens d'abord, et ensuite, ce qui est le plus important, par sa manière impeccable de gérer les affaires, le soin qu'elle y apporte et son intégrité; la mai-

JOHN HOPE & CO., MONTREAL.

Seuls Agents au Canada de:

MM. John de Kuyper & Son.....	ROTTERDAM.....	<i>Gin de Hollande</i>
“ Martel & Co.....	COGNAC.....	<i>Cognacs.</i>
“ Jules Robin & Co.....	“	<i>Cognacs.</i>
“ Cockburn, Smither & Co.	OPORTO.....	<i>Vins de Port.</i>
M. M. Misa.....	XERES DE LA FRONTERA...	<i>Sherries.</i>
“ S. Darthez.....	REUS (TARRAGONE).....	<i>Ports Tarragone.</i>
MM. Barton & Guestier.....	BORDEAUX.....	<i>Clarets, Sauternes et Huile d'Olive.</i>
“ Deinhard & Co.....	COBLENZ.....	<i>Hocks et Moselles.</i>
“ C. Marey & Liger-Belair.....	NUITS.....	<i>Bourgognes.</i>
“ E. & J. Burke, Limited.....	DUBLIN & LIVERPOOL.....	<i>Guinness's Stout, Bass's Ale, Whiskies Irlandais et Rhum de la Jamaïque.</i>
“ C. G. Hibbert & Co.....	LONDRES.....	<i>Bass's Ale.</i>
“ Bulloch, Lade & Co., Limited.....	GLASGOW.....	<i>Whiskies Ecossais.</i>
“ Cantrell & Cochrane, Limited.....	BELFAST ET DUBLIN.....	<i>Ginger Ale, Soda et Eau de Seltz.</i>
“ Field, Son & Co.....	LONDRES.....	<i>Sloe Gin, Orange Bitters, Rhum de la Jamaïque.</i>
“ Moet & Chandon.....	EPERNAY.....	<i>Champagnes.</i>
Booth & Co's. (LONDRES)..... <i>Old Tom et Dry Gin.</i>		

son Domecq soutient cette réputation par ses propres moyens, parce qu'elle possède 700 aranzadas de vignes et pendant sa longue existence, elle a fait tout ce qui était possible pour améliorer la culture de la vigne de toute espèce, et par là, elle a obtenu les meilleurs résultats dans le moult. En employant chaque sorte de raisin, pour produire le vin le plus parfait,

maison Domecq a donné le nom du fameux général anglais de cette époque.

Cette qualité supérieure n'est pas obtenue sans une grande connaissance des vins et sans d'énormes frais. Afin que les futailles correspondent à la qualité extraordinaire de la liqueur, il est nécessaire de choisir le meilleur bois et de le payer un bon prix; il est aussi nécessaire

l'empereur Napoléon en 1809, dont la maison conserve encore une quantité modérée dans ses bodegas, ne coûte pas moins aujourd'hui de £1,000, soit \$5,000, pour un fût de 108 gallons, mesure impériale. La maison a aussi un stock d'Amontillado "Wellington," datant du milieu du siècle dernier, valant aujourd'hui £800 ou \$4,000 par fût; elle a aussi du sherry "Nelson"



Intérieur de la salle de distillation.



Un coin des ateliers

on obtient différentes sortes de vins, d'une pureté étonnante; on obtient ainsi les vins les plus fins que la maison conserve avec une pureté scrupuleuse. C'est la seule manière d'expliquer la préférence que le vin de la maison Domecq a obtenue sur les marchés britanniques et qu'il continue à avoir dans ce district se distinguant quant à la qualité et à l'estimation de tous les autres sherrys. C'est là aussi la raison pour laquelle la maison Domecq s'est acquis, depuis longtemps de si nombreux clients distingués en Angleterre.

Vins Royaux

Pedro Domecq a dans ses caves un vin appelé "Napoléon" qui a été offert à l'empereur en 1809, comme très vieux. Ce vin lutte pour l'âge avec un autre appelé "Fox" le vin favori du grand homme d'Etat anglais.

de se servir de vapeur pour le lavage, ce qui augmente le prix coûtant, et les améliorations qui ont pour but d'améliorer le vin, pendant des années coûtent beaucoup d'argent et une perte de liqueur. La maison Domecq a outillé ses magasins des appareils les meilleurs et les plus nouveaux qui aient été inventés pour le travail du vin.

Qualité soutenue

La variété considérable de qualités de catégories et de prix fait que les affaires de la maison Domecq sont considérables et son vaste stock permet à cette maison d'offrir des vins d'une qualité authentique pendant plusieurs années continues; et ce fait est connu de ses clients, à l'avantage des deux partis. Pour atteindre ce but, aussitôt que le phylloxéra fait son apparition dans la contrée de Jerez, des

acheté par Lord Nelson en 1804, et qui vaut £700 ou \$3,500 le fût.

Cette maison a été fondée par un homme d'une intelligence extraordinaire, né dans le Béarn, qui comprenait parfaitement la culture de la vigne. Ses facultés d'observation le portèrent à introduire les derniers perfectionnements de cette culture dans le territoire de Macharnudo, le plus vaste vignoble d'Espagne, qui produit des vins dont l'arôme est d'une finesse merveilleuse et dont la maison Pedro Domecq possède les deux-tiers; cette maison est aussi le seul propriétaire des célèbres vignobles "Majuello". Les produits de ses vignobles se distinguèrent bientôt par leur supériorité, et leur culture a servi grandement d'école modèle pour d'autres cultivateurs de la vigne.

Les lecteurs de "LIQUEURS & TABACS" se rendront ainsi compte que des



Bodega La Tribuna



Un des nombreux procédés

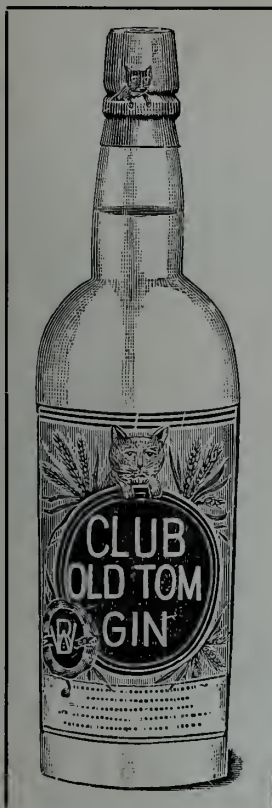
Aussi vénérable par l'âge est le "George IV" que le roi d'Angleterre de ce nom ordonna de lui être spécialement réservé pour son usage particulier. Il y a ensuite le "Pitt" objet de la préférence de ce célèbre politicien dont il porte le nom et préféré par ses amis et ses adversaires dans le parlement; il y a aussi le "Wellington", un vin remarquable auquel la

mesures efficaces sont prises pour reconstituer les vignobles aussi rapidement qu'ils sont endommagés par cet insecte vorace.

De génération en génération, la maison Domecq s'est tenue au premier rang, comme productrice des plus fines qualités de sherry. Les caves contiennent un stock énorme de vieux vins, quelques-uns très coûteux. Un vin datant de 1730, offert à

caves aussi importantes que celles de la maison Pedro Domecq, contenant d'énormes stocks de vins représentent un capital énorme. La maison Domecq peut être comparée à une famille, qui, pendant des générations, a conservé la même constance pour le même idéal élevé, depuis son établissement, et c'est en effet une famille. En conséquence, le prestige de la

MADE IN CANADA



POUR LA PRÉPARATION DE BOISSONS
RAFRAICHISSANTES, LIQUEURS DISTIL-
LÉES AU CANADA, D'APRÈS LES MEIL-
LEURES FORMULES ET AVEC LES MEIL-
LEURS GRAINS. LEUR AGE LEUR
DONNE UN BOUQUET QUE N'ONT PAS
LES LIQUEURS IMPORTÉES.

Club Old Tom Gin

ET

MADE IN CANADA

Colonial London Dry

SONT INSURPASSABLES DANS LA PRÉPA-
RATION D'UN COCKTAIL OU D'UN JOHN
COLLINS. PRIX ET ECHANTILLONS GRA-
TITS FOURNIS SUR DEMANDE.

BOIVIN, WILSON & CIE, Distillateurs et
Importateurs,

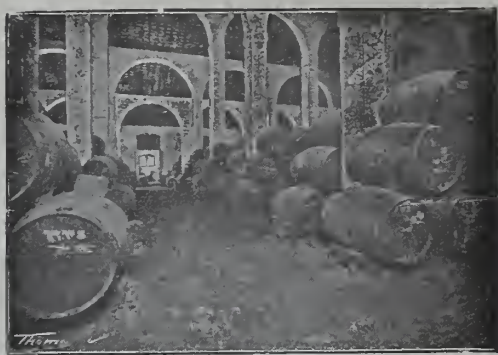
520, rue St-Paul, Montreal.



marque de commerce Domecq a été reconnu dans toutes les parties du monde. Le nom de Pedro Domecq, comme expédi-

dées par Ferdinand VII, en 1824) Soleras Vinos-Pastos, Romanos, Manzanillas, Amontillados choix, Paxarettes, Amoroses,

de Domecq, l'acheteur est parfaitement assuré d'une valeur excellente et, comme la maison a à sa disposition un stock immense de genres variés ayant de l'arôme, secs et extra secs, elle a un choix de vins qui peut satisfaire le palais des connaisseurs les plus difficiles.



Stock de vins pour l'Amérique

teur de sherry, occupe une place élevée dans l'estime des amateurs de bons vins.

Il serait facile de s'étendre sur les armoiries royales de cette maison (accor-

etc., armes qui représentent des vins qui ont eu une telle faveur à Londres, et dans les autres marchés de sherry. Toutefois, il suffit de dire qu'en achetant du sherry

Agents Canadiens

Les quelques gravures illustrant en partie les bodegas compliquées, etc., de cette maison célèbre, nous ont été fournies par ses seuls agents au Canada, MM. Walter R. Wonham & Sons, Montréal, qui représentent la maison Pedro Domecq depuis plus d'un quart de siècle. MM. Wonham seront heureux de fournir sur demande une brochure splendidement illustrée, grand format, avec une description détaillée de la maison, de ses vignobles, bodegas, etc., qui contient en outre une description explicite de la manière dont le sherry est produit.



La belle salle des pressoirs à Macharnudo.

LA RECOLTE DE 1906 DANS LES CHARENTES

Le triomphe viticole de la Grande Champagne

Les vendanges, commencées dans la deuxième semaine de septembre, se sont terminées à la mi-octobre pour les retardataires. Elles se sont faites par un temps tout à fait favorable.

La caractéristique de la récolte de 1906 dans les Charentes, en dehors de l'abondance qui s'est produite dans certaines régions de la contrée, a été partout la parfaite maturité et l'état de conservation irréprochable du raisin jusqu'à la cueillette; grâce aux chaleurs et à la sécheresse de tout l'été, pas

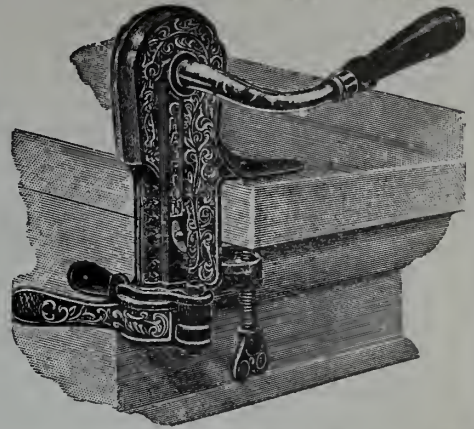
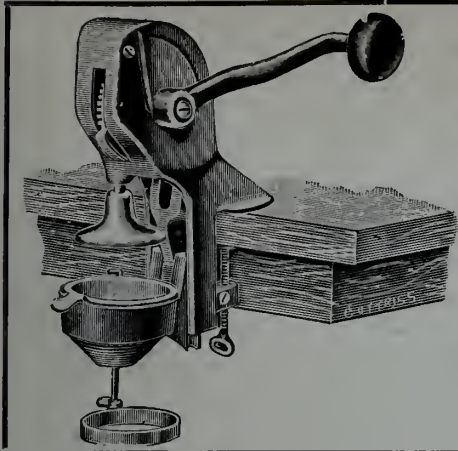
de pourriture, pas de maladies cryptogamiques d'aucune sorte, et jamais depuis 1893 on n'avait produit de vin plus sain que cette année.

C'est du reste le propre des années sèches. Pour les vins de consommation c'est dans ces années-là qu'ils sont les plus réputés et dans les pays où le vin est destiné à la chaudière, la bonne qualité du vin ne peut que correspondre à une bonne qualité pour l'eau-de-vie, les petites tares dans le goût qu'on y rencontre quelquefois provenant généralement de celles existant dans le vin et que la distillation n'a pas pu éliminer.

Comme quantité et comme qualité, la récolte de 1906 peut, en résumé, être considérée comme au-dessus de la moy-

enne et le commerce va pouvoir s'approvisionner très largement en eaux-de-vie pur vin Charente.

La production, tout en étant satisfaisante partout, a été en certains endroits assez inégale comme quantité. Dans les *Borderies* la récolte n'a guère égalée celle de 1905 et dans le département de la Charente-Inférieure, dans les *fin Bois* et les *bons Bois*, il en a été de même, les vignes ayant souffert de la sécheresse prolongée. Mais où la quantité n'a pas été supérieure à celle de l'année précédente, on constate toujours une augmentation très sensible de la force alcoolique du vin, surtout dans les vignes déjà anciennes. Alors qu'en moyenne le vin en Saintonge, en



Fournitures de Bars

FAITES AU CANADA

Pompes à Bière, Robinets et Tuyaux,
Boîtes à Serpentin et Boîtes à Glace,
Cabinets de Bar et "Workboards,"
Crachoirs, Vases à Eau Chaude, Agitateurs (Shakers),
Extracteurs de Bouchons, Compresseurs de Citrons,
Cuillères de Bar, Mesures et Entonnoirs en Cuivre.

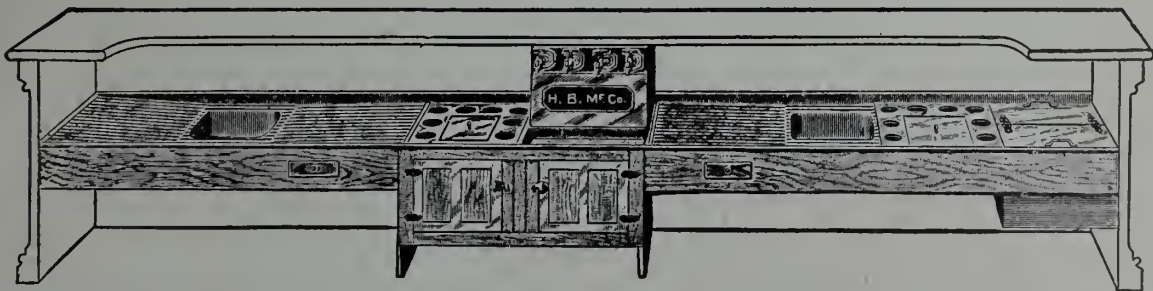
APPELEZ-NOUS POUR RÉPARATIONS.
... DEMANDEZ NOTRE CATALOGUE ...

The Hamilton Brass M'f'g Co., Ltd.

327 Rue Craig Ouest, - - Montreal.

Telephone Bell, Main 3245 - Telephone des Marchands, 774

Bureau Principal: - - HAMILTON, Ont.



année ordinaire, pèse aux environs de 8 degrés d'alcool, cette année il atteint jusqu'à 10 et 11 degrés. A la chaudière, par conséquent, les vins vont rendre plus d'eau-de-vie que d'habitude.

Mais ce qui distinguera d'une façon plus marquée dans les Charentes l'année 1906 de ses devancières, c'est qu'elle a été le triomphe viticole de la Champagne. On sait combien les viticulteurs de cette région avaient eu longtemps à lutter dans leurs replantations contre les difficultés provenant de la nature de leur sol calcaire auquel s'adaptait mal les premiers porte-greffes américains; aujourd'hui ces difficultés du début ont été vaincues et l'élan vers la replantation a gagné, depuis ces dernières années, même les plus petits propriétaires. Tout le monde a planté et actuellement, grâce aux soins de la culture et aussi à la fécondité des terrains argilo-calcaires de la Champagne, nous sommes arrivés cette année à une récolte dépassant toutes les espérances. Elle peut être évaluée dans ce district à un tiers en plus de celles des deux années précédentes et bien qu'aucune statistique ne puisse être établie, il est permis de dire sans exagération que la production de la Champagne en 1906 est proche de 200.000 barriques. Il y a de quoi alimenter les chaudières des propriétaires et les distilleries des négociants jusqu'au printemps prochain.

Cette grosse production dans le cru le plus réputé des Charentes (celui où se fait cette eau-de-vie sans pareille qu'on appelle la fine Champagne et qui de tous temps donnait aux eaux-de-vie expédiées par les exportateurs de Cognac un cachet de finesse tout à fait particulier et inimitable) est de bon augure pour la restauration du commerce. L'abondance est telle, cette année, dans ce district privilégié des Charentes que ce ne sont pas seulement les grandes maisons qui vont pouvoir emmagasiner des stocks d'eau-de-vie de Champagne, mais que toutes les maisons de la région pourront aisément s'en approvisionner, chacune suivant ses besoins. Les propriétaires encombrés par leur récolte vont être obligés de convertir eux-mêmes leur vin en eau-de-vie comme autrefois, et c'est dans les réserves qu'ils constitueront à la propriété que les négociants des Charentes puiseront les quantités d'eau-de-vie authentiques dont ils auront l'emploi pour leurs expéditions.

En somme, l'année 1906 a été dans la Grande Champagne très exceptionnellement favorable aux producteurs et la répercussion devra en être également favorable au commerce. Il serait désirable que celui-ci retrouve dans sa clientèle des connaisseurs capables,

comme autrefois, d'apprécier la véritable eau-de-vie des Charentes et qui n'ont pas encore perdu le sentiment de la finesse de toute coupe dans laquelle entre l'eau-de-vie de Champagne.

De Barbezieux, d'Angoulême, de Blanzac, d'Aigre, de Saintes, de Pons, de Jonzac, de Saint-Jean-d'Angély, de Surgères, d'Aigrefeuille, de La Rochelle et des îles, les nouvelles de la récolte ont été également satisfaisantes. Mais c'est l'arrondissement de Cognac qui a été le plus favorisé par la production exceptionnelle du canton de Segonzac, centre de la Grande-Champagne.

Etant donné les chiffres des dernières statistiques officielles pour les années 1904 et 1905 et en attendant ceux de 1906 il ne paraît pas exagéré d'évaluer la récolte totale des Deux-Charentes pour cette année à 66 millions de gallons. L'eau-de-vie de Cognac—la vraie—n'est pas près de disparaître.

Dans quelques jours les prix offerts suivant les rayons de production par le commerce pour les vins de distillation vont être connus et les achats commenceront. Il est probable que dans les crus supérieurs situés dans l'arrondissement de Cognac, où la replantation devra toujours être encouragée dans l'intérêt même du commerce, les prix se maintiendront rémunérateurs pour les producteurs, mais on s'attend à une baisse sensible dans la Charente-Inférieure, la tendance du commerce de Cognac devant être de s'approvisionner plutôt dans son ancien rayon.

En somme, l'année 1906, tant au point de vue qualité que quantité, est très favorable à une grosse reprise des affaires dans notre région pour peu que la clientèle extérieure et intérieure de notre commerce s'intéresse, comme autrefois, aux vrais eaux-de-vie des Charentes.

(*Le Moniteur de Cognac*).

Kilmarnock

Malgré la concurrence intense qui existe dans le commerce des whiskies écossais, la marque *Kilmarnock* tient non seulement la place prépondérante qu'elle a toujours occupée, mais sa consommation devient de plus en plus forte d'année en année. Il est parfaitement établi que la maison J. Walker & Son, Ltd, détient le stock le plus considérable de vieux whiskies de Malt écossais que l'on puisse trouver, ce qui est une garantie du maintien de la qualité exceptionnelle du whisky *Kilmarnock*.

Gordon's Dry Gin

Les importations de ce fameux gin continuent à augmenter d'une façon extraordinaire; cette marque, la première en Angleterre et aux Etats-Unis, occupe également la première place sur notre marché et on trouve ce gin dans tous les meilleurs établissements de toutes les parties du Canada.

L'Eau Libertyville

Le Dr Coan, de New York City, a déclaré avec vérité que la plus dangereuse des boissons que l'homme connaisse n'est ni le whiskey, ni l'eau-de-vie, ni le vin, ni la bière, mais que l'eau impure est la plus meurtrière. C'est-à-dire l'eau qui contient des microbes pathogéniques. L'eau pure est au contraire une boisson bienfaisante et nécessaire. Mais l'eau pure est rare et ne se rencontre guère qu'à sa source. Partout ailleurs, elle renferme des débris et des impuretés de toutes sortes qui en font souvent la boisson meurtrière que dit le Dr Coan.

Allons donc chercher l'eau à sa source, si nous voulons de l'eau pure, et, si nous ne pouvons aller l'y chercher nous-mêmes, ne refusons pas au moins celle qui vient s'offrir à nous, embouteillée à la source même.

Nous croyons rendre service à nos lecteurs en leur signalant une eau pure récemment mise sur le marché, l'Eau Libertyville, Crystal Spring. C'est une eau minérale absolument pure qui jaillit du rocher à deux cents pieds au-dessous du niveau du sol à Libertyville, Illinois.

Cette eau a été reconnue par les chimistes américains et canadiens comme étant égale sinon supérieure à la plupart des meilleures eaux offertes actuellement au public. Le Dr Walter S. Haynes, professeur de chimie au collège médical Rush, de Chicago, qui en a fait l'analyse, termine son rapport du 16 février 1906 par la phrase suivante: "l'examen bactériologique démontre que cette eau, telle qu'elle vient de la source, est stérile, c'est-à-dire qu'elle ne contient aucun microbe."

L'eau Libertyville, Crystal Spring, est effervescente, agréable à boire et rafraîchissante. C'est une eau de table vraiment supérieure, qui se mélange bien à toutes les boissons; aussi, la trouve-t-on déjà dans les meilleurs hôtels et restaurants.

L'eau Libertyville se vend en splits, en demi-bouteilles et en bouteilles. MM. L. Chaput, Fils et Cie, en sont les agents distributeurs au Canada et enverront des échantillons sur demande.

Lord Strathcona and Mount Royal

a choisi exclusivement le champagne "Dry Monopole" de Hiedsieck & Co, pour le banquet offert par Sa Seigneurie à 2,500 convives, à Aberdeen, le 28 septembre, à l'occasion du quatre centième anniversaire de la fondation de l'université d'Aberdeen, dont Sa Seigneurie est Chancelier.

Ce banquet a été, dit-on, le plus grand qui ait jamais eu lieu en Ecosse.

Le Dry Monopole de Hiedsieck & Co, a été aussi spécialement choisi pour:

Le banquet de l'Association des Médecins anglais à Toronto, au mois d'août.

Le banquet offert par la corporation de Glasgow à la Société Franco-Ecossaise, à Glasgow, en septembre.

Le lunch offert au Duc de Connaught, à Glasgow, en septembre.

Le banquet de la corporation, à Aberdeen, en septembre.

M. J. O. Laporte, de MM. Bernard et Laporte, nous dit que son dernier voyage dans les Cantons de l'Est a été particulièrement satisfaisant. Il a placé dans les meilleurs établissements de ce district des quantités importantes des whiskies écossais P. & O. et K. T., ainsi que des cognacs médico-toniques de la marque Lucien Foucauld.

Brandy une Etoile

DE

HENNESSY

Un Brandy exceptionnellement fin, à bas prix.
C'est un alcool de pur raisin — avec un bouquet
bien développé—et chaque bouteille est garantie
avoir six ans d'âge.

Un brandy splendide à servir dans un bar —
convenant particulièrement pour " Brandy et
Soda."

PROCUREZ-VOUS LES PRIX

— DES —

High Wines

ET DE

l'Alcool Standard

(E. W. Parker — Montreal)

Un alcool neutre, incolore, convenant à tous les usages.
Garanti par le Gouvernement Canadien avoir mûri en entrepôt
pendant deux ans.

GILLESPIES & CO.,

MONTREAL.

Agents vendeurs.



LE NOUVEAU TARIF

GROUPE 4.—SPIRITUEUX, VINS ET AUTRES
BREUVAGES

	Tarif Préf. Ang.	Tarif Préf. Int.	Tarif Préf Genl
146—Ale, bière, porter et stout importés en fûts ou autrement qu'en bouteilles, le gallon16	.16	.16
147—Ale, bière, porter et stout, importés en bouteilles, le gallon24	.24	.24
Six bouteilles d'une pinte ou douze bouteilles d'une chopine seront censées contenir un gallon.			
148—Cidre non clarifié ou épuré, le gallon05	.05	.05
149—Cidre clarifié ou épuré, le gallon.....	.10	.10	.10
150—Jus de limon et jus de fruits alcoolisés, ne contenant pas plus de vingt-cinq pour cent de spiritueux de preuve, le gallon.60	.60	.60
151—Jus de limon et jus de fruits alcoolisés, ou contenant plus de vingt-cinq pour cent de spiritueux de preuve, le gallon	\$2.40	\$2.40	\$2.40
Et p.c.	30	30	30
152—Jus de limon et autres sirops et jus de fruits, n.a.p., p.c.	15	15	15
153—Jus de limon à l'état naturel seulement.	Exempts	Exempts	Exempts
154—Eaux minérales naturelles, non embouteillées, en vertu des règlements établis par le ministre des douanes.....	"	"	"
155—Glace	"	"	"
156—Alcool éthylique, ou la substance communément connue sous le nom d'alcool, oxyde hydraté d'éthyl ou esprit-de-vin, n.a.p. ; genièvre de toute espèce, n.a.p. ; rhum, whisky ou autre liqueur contenant de l'alcool, n.a.p. ; alcool amylique ou huile lourde, ou toute substance connue sous le nom d'esprit de pommes de terre ou d'huile de pommes de terre ; alcool méthylique, alcool de bois, naphte de bois, esprit pyroxylique, ou toute substance connue sous le nom d'esprit de bois ou alcool méthylique ; absinthe, arack ou esprit de palme, eau-de-vie, y compris l'eau-de-vie artificielle et les imitations d'eau-de-vie, n.a.p. ; cordiaux et liqueurs de toute espèce, n.a.p. ; mes-cal, pulpe, sorbets au rhum, schiedam et autres schnapps ; tafia, angostura, et amers ou breuvages alcooliques de ce genre et vins, n.a.p., contenant plus de quarante pour cent de spiritueux de preuve, le gallon de la force de preuve	\$2.40	\$2.40	\$2.40
Pourvu, quant à tous les articles spécifiés dans cet item dont la force est inférieure à la force de preuve, que nulle réduction ou allocation ne soit faite dans leur mesurage pour les fins du droit de moins que quinze pour cent au-dessous de la force de preuve,			

Pourvu aussi que lorsque les articles spécifiés dans cet item sont d'une force supérieure à la force de preuve, leur mesurage et le montant du droit à payer pour ces articles soit accru proportionnellement à toute force supérieure à la force de preuve.

Pourvu de plus, que les bouteilles, flacons et colis de genièvre, rhum, whisky, eau-de-vie de toutes sortes soient réputés contenir les quantités suivantes (sauf les dispositions pour addition ou déduction relativement au degré de force), savoir :

Bouteilles, flacons et récipients, ne contenant pas plus de trois quarts d'un gallon par douzaine, trois quarts d'un gallon par douzaine ;

Bouteilles, flacons et récipients contenant plus de trois quarts d'un gallon mais pas plus d'un gallon par douzaine, un gallon par douzaine ;

Bouteilles, flacons et récipients contenant plus d'un gallon mais pas plus d'un gallon et demi par douzaine, un gallon et demi par douzaine ;

Bouteilles, flacons et récipients contenant plus d'un gallon et demi mais pas plus de deux gallons par douzaine, deux gallons par douzaine ;

Bouteilles, flacons et récipients contenant plus de deux gallons mais pas plus de deux gallons et quatre cinquièmes de gallon par douzaine, deux gallons et quatre cinquièmes par douzaine ;

Bouteilles, flacons et récipients contenant plus de deux gallons et quatre cinquièmes mais pas plus de trois gallons par douzaine, trois gallons par douzaine ;

Bouteilles, flacons et récipients contenant plus de trois gallons mais pas plus de trois gallons et un cinquième par douzaine, trois gallons et un cinquième par douzaine.

Pourvu de plus, que les bouteilles ou les fioles de liqueurs pour des fins spéciales, comme les échantillons qui ne sont pas en vente pour le commerce, puissent être assujetties au droit suivant le mesurage réel d'après les règlements prescrits par le ministère des Douanes.

157—L'alcool éthylique, lorsqu'il est importé par le ministère du Revenu de l'Intérieur ou par une personne avec l'autorisation du ministère du Revenu de l'Intérieur, pour être dénaturé dans le but de servir dans les arts et les industries et pour combustible, éclairage et force motrice, sera importé aux ports désignés dans les règlements prescrits par les ministères des Douanes et du Revenu de l'Intérieur, sauf les dispositions de l'Acte du Revenu de l'Intérieur et des rè-



MARQUE
"LION"

PUTZ TRIPLE EXTRAIT
POLI POUR METAUX

Liquide et en Pâte.

Le seul véritable Poli Putz pour Métaux est celui de la Marque "**LION.**" Une fois employé, toujours employé. Empaqueté sous forme liquide ou en pâte.

Dans toutes les épiceries et tous les magasins de quincailleries ou à la

ENGLISH EMBROCATION CO.,
MONTREAL, Que.

Freyseng Cork Co.,

Limited

Manufacturiers et Importateurs de

BOUCHONS

Coupés à la machine — Coupés à la main

AUSSI DE

FOURNITURES POUR
EMBOUTEILLEURS

Machines à boucher, à Capsuler, Machine Crown, Capsules à bouteilles, Paniers à bouteilles, Broche à bouteilles, Cire à cacheter, Etain en feuilles — unies et de couleur, Ceintures de Sauvetage et Bouées de sauvetage en liège.

655-661, rue St-Paul
MONTREAL.

Téléphone Longue Distance: Main 844

Le Vin
LE PLUS FIN
du Monde

Quand vous
ordonnerez
L'Extra Dry
de
G. H. MUMM & CO.,
voyez à ce qu'il
porte

La Capsule
de Métal
colorée rose
et l'étiquette
avec le nom des
Agents
Canadiens.



S B. Townsend & Co.,

Seuls Agents au Canada.

18-20 rue St-Sacrement, MONTREAL.

glements du ministère du Revenu de l'Intérieur.	Exempts	Exempts	Exempts				
158—L'alcool méthylique, lorsqu'il est importé par le ministère du Revenu de l'Intérieur ou par une personne avec l'autorisation du ministère du Revenu de l'Intérieur afin de servir à dénaturer l'alcool pour l'usage dans les arts et les industries et pour combustible, éclairage et force motrice sera importé aux ports désignés dans les règlements prescrits par les ministres des Douanes et du Revenu de l'Intérieur, sauf les dispositions de l'Acte du Revenu de l'Intérieur et des règlements du ministère du Revenu de l'Intérieur, par gallon de la force de preuve .	20	20	20				
Il est entendu que le gouverneur en Conseil pourra par décret de l'exécutif déduire ou abolir le droit spécifié dans cet item.							
159—Spiritueux et eaux spiritueuses de toute espèce, mélangés avec un ou plusieurs ingrédients et connus et désignés sous le nom de calmants, élixirs, essences, extraits, lotions, teintures ou médicaments, vins dits médicinaux, essences de fruits éthérées ou spiritueuses n.a.p., par gallon Et p.c.	\$2.40 30	\$2.40 30	\$2.40 30				
160—Parfums à l'alcool et spiritueux parfumés, eau de laurier, <i>bay rum</i> , eaux de cologne et de lavande, lotion pour les cheveux et la peau, eaux dentifrices et autres préparations de toilette renfermant des spiritueux quelconques : (A) En bouteilles ou flacons ne contenant pas plus de 4 onces chacun, p.c. (B) En bouteilles, flacons ou récipients contenant plus de 4 onces, le gallon. Et p.c.	50 \$2.40 40	50 \$2.40 40	50 \$2.40 40				
161—Ether nitreux, esprit de nitre dulcifié et esprit d'ammoniaque aromatique, le gallon . Et p.c.	\$2.40 30	\$2.40 30	\$2.40 30				
162—Vins médicaux ou combinés avec des médicaments, y compris le vermouth et le vin de gingembre ne contenant pas plus de quarante pour cent d'esprit de preuve, p.c.	50	50	50				
163—Vins de toute espèce, n.a.p., y compris les vins d'orange, citron, fraise, framboise, sureau et groseille, contenant vingt-six pour cent ou moins d'esprit de preuve, importés en cercles ou en bouteilles, le gallon. Et p.c.	25 30	25 30	25 30				
Et de plus pour chaque degré au-dessus de vingt-six pour cent d'esprit de preuve jusqu'à ce que l'esprit de preuve arrive à quarante pour cent.03	.03	.03				
Pourvu que six bouteilles d'une pinte ou douze bouteilles d'une chopine soient réputés contenir un gallon pour les fins du droit d'après cet article.							
164—Vins de toute espèce, à l'exception des vins mousseux, ne contenant pas plus de quarante pour cent d'esprit de preuve, importés en cercles ou en bouteilles, (six bouteilles d'une pinte ou douze bouteilles d'une chopine représentant un gallon), lorsqu'ils sont produits ou fabriqués dans toute colonie britannique ou territoire couvert par la convention de l'Union douanière de l'Afrique du Sud, le gallon. . .	.25	.25	.25				
165—Champagne et autres vins mousseux : (A) En bouteilles contenant chacune pas plus d'une pinte mais plus d'une chopine (ancienne mesure à vin), la douzaine de bouteilles Et p.c. (B) En bouteilles ne contenant pas plus d'une chopine chacune, mais plus d'un demiard (ancienne mesure à vin), la douzaine de bouteilles Et p.c. (C) En bouteilles contenant un demiard chacune ou moins, la douzaine de bouteilles. Et p.c. (D) En bouteilles contenant plus d'une pinte chacune (mesure à vin), le gallon. Et p.c.	\$3.30 30 \$1.65 30 .82 30 1.50 30	\$3.30 30 \$1.65 30 .82 30 1.50 30	\$3.30 30 \$1.65 30 .82 30 1.50 30				
166—Acétone et acétate d'amyle, p.c.	30	30	30				
167—Malt et farine de malt (le malt destiné à l'entrepôt est soumis au règlement d'accise), les cent livres.40	.40	.40				
168—Extrait de malt, fluide ou non04	.04	.04				

M. David Bremner, représentant MM. Motard, Fils & Sénécal, est de retour à Montréal après une tournée d'affaires dans les principales villes de la province de Québec. Pendant son voyage, M. Bremner a réussi à placer une quantité considérable de cognacs V. Fournier, et de vin Phosphaté des RR. PP. Trappistes.

MM. S. B. Townsend & Co. nous informent que les affaires ont été actives jusqu'à présent, mais que le ralentissement habituel avant la saison des fêtes, commence à se faire sentir. Il y a cependant encore d'excellentes commandes pour le champagne G. H. Mumm & Co. qui a sa place marquée dans tous les grands banquets.

Nous avons le stock le plus vaste et le plus varié de capsules pour toutes les fins, convenant aux fabricants de vin et de whisky, aux brasseurs, aux fabricants d'extraits et de marinades. Tout modèle spécial importé sur commande, à bref délai.—Freyseng Cork Co., Limited, 655-661 rue St-Paul, Montréal.

C'est avec plaisir que nous lisons dans le journal Officiel de France que M. Jean Calvet, chef de la maison J. Calvet & Co., de Bordeaux, France, maison représentée à Montréal par MM. S. B. Townsend & Co., a été décoré de la croix de chevalier de la Légion d'Honneur, pour les services qu'il a rendus à la section française lors de l'exposition de St-Louis.

Il peut être intéressant pour les brasseurs et les distillateurs en général de savoir que nous sommes les seuls agents canadiens de MM. Wm Bailey & Son, les manufacturiers anglais les plus importants d'articles pour brasseurs et distillateurs, et que nous avons en stock quelques-unes de leurs marchandises bien connues.—Freyseng Cork Co., Limited, 655-661, rue St-Paul, Montréal.

Les cognacs Fleur de France, de la maison Marie Brizard et Roger, sont les plus connus sur le marché. Ces cognacs très appréciés des amateurs, se distinguent par leur fin arôme et leur goût exquis. MM. D. Masson & Cie, rue St-Paul, Montréal, ont l'agence de ces cognacs.

1847

MÉDAILLES D'OR
EXPOSITIONS
UNIVERSELLES
PARIS 1889
&
PARIS 1900



MEMBRES DU JURY
EXPOSITIONS
UNIVERSELLES
ST LOUIS 1904
&
LIEGE 1905

LUCIEN-FOUCAULD & CO.

COGNAC.

Seuls Agents pour le Canada :

BERNARD & LAPORTE,
253 et 255, rue Saint-Paul,
MONTREAL.

Liqueurs Fines. Gabriel Viard.

Troyes, France.

Bernard & Laporte,

Agents,

253 et 255, rue St-Paul, • Montréal.

Ligne complète de Liqueurs
de fantaisie en stock, com-
prenant :

Pur Abricot,
Viardictine,
Marasquin,
Chartreusette,

Cacao Schouwa,
Curaçao,
Anisette, etc.



Cette Marque Célèbre
Mise en

Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et $\frac{1}{2}$ Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott, Ontario.

"NEW-YORK."

"CANADA."

EVOLUTION ET VIEILLISSEMENT
DES VINS

Le moût, très riche en bitartrate de potasse, abandonne peu à peu ce sel sous forme de lie, à mesure que se produit l'alcool dans lequel il est insoluble; l'acidité diminue par suite proportionnellement. Mais la précipitation du tartre est due aussi à d'autres causes, notamment à l'abaissement de température qui se produit dans la période qui suit la vendange. La lie n'est pas constituée seulement par la crème de tartre, car celle-ci englobe à l'état de laque les tannins et matières colorantes.

La diminution de l'acidité n'est pas non plus exclusivement due à la précipitation du tartre; elle provient encore dans le vin achevé, quoique pour une beaucoup plus faible part, de la neutralisation par éthérification d'une portion des acides libres se combinant à l'alcool.

Si maintenant nous considérons l'évolution du vin dans les fûts, nous savons qu'il commence par s'améliorer, puis qu'il perd peu à peu de sa qualité et devient enfin tout à fait mauvais. C'est l'ensemble de ces phénomènes qui constitue le vieillissement.

L'effet produit résulte de plusieurs causes: il y a d'abord la réaction des éléments normaux du vin les uns sur les autres, spécialement, ainsi que nous l'avons dit plus haut, la combinaison des acides avec l'alcool, combinaison qui forme des éthers odorants et sapides modifiant le bouquet. La présence des ferments organisés a aussi une certaine importance et l'action de l'oxygène de l'air contribue pour une grande part à l'évolution. Le vin se trouve en contact mitigé avec l'atmosphère qui pénètre peu à peu à travers le tissu ligneux, pendant que le liquide s'évapore lui-même très lentement.

La surface filtrante du fût empêche d'autre part, dans les conditions ordinaires, les nombreux germes flottant constamment dans l'air d'exercer leur pernicieuse influence sur le vin, ainsi qu'il arrive fatalement lorsque le liquide est en contact direct avec l'atmosphère.

Le vin nouveau dont le sucre a été déjà dédoublé en alcool et en acide carbonique, est saturé de ce gaz et ne contient ni azote, ni oxygène, car ces composants de l'air, qui ont tendance à se dissoudre dans tout liquide avec lequel ils sont en contact, ont été entraînés par l'excès d'acide carbonique.

Peu à peu, celui-ci à travers la fûtaille s'élimine à son tour et l'oxygène se combine chimiquement aux éléments de vin qu'il transforme, et on n'en trouve pas trace à l'état libre. Cette réaction est capitale, car Pasteur a constaté, sur un grand vin de Bourgogne, l'absorp-

tion de 35 centimètres cubes d'oxygène pendant une période de quatre ans.

La matière colorante continue à se précipiter ou à s'altérer, et, comme la couleur des vins n'est pas uniquement bleue, elle disparaît bientôt puis, peu à peu la rouge, laissant inattaquée la jaune plus durable, ce qui donne aux vins la fameuse teinte pelure d'oignon, indice d'un vieillissement excessif. Les mêmes phénomènes se produisent plus lentement dans la bouteille, où l'osmose ne s'opère que par la surface restreinte du bouchon. Il y a longtemps que l'on a reconnu dans les vins la présence des aldéhydes, notamment de l'aldéhyde acétique. M. Trillat a défini le rôle que jouent ces corps dans le vieillissement et la formation du bouquet. Les aldéhydes se combinent peu à peu à l'alcool pour former des acétates que l'on retrouve dans le vin et dans l'eau-de-vie. Ces composés possèdent une puissance aromatique considérable, puisque certains d'entre eux sont décelables au goût, et à l'odorat à la dose d'un dix-millième.

La présence de l'aldéhyde acétique qui concourt à l'amélioration des vins, est le signe d'une altération, quand sa proportion est exagérée. Cet aldéhyde quoique moins énergique que le formol, possède une propriété décolorante qui agit sur le vin rouge.

On voit par là que, si la composition du vin est connue pour les corps qui s'y trouvent à des doses massives, il reste encore beaucoup d'études à faire sur les substances qui s'y trouvent en quantité infinitésimale et dont le rôle a cependant une influence considérable sur la qualité ainsi que le processus du vieillissement.

(*Moniteur Vinicole.*)

Ed. Delle.

IMPORTATION DE VINS DE CHAMPAGNE
AUX ETATS-UNIS DU 1er
JANVIER AU 1er DECEMBRE
1906

	Caisses
G. H. Mumm & Co.	96,703
Moët & Chandon.	64,397
Pommery & Greno.	36,454
Vve Clicquot.	24,251
Ruinart, Père & Fils.	21,811
Krug & Co.	10,536
Louis Roederer.	9,038
Pol Roger.	6,438
Duc de Montebello.	5,629
Dry Monopole.	1,400
Delbeck & Co.	825
Perrier-Jouët.	650
Deutz & Geldermann.	330
Autres marques diverses.	28,453
	<hr/> 306,925

Au banquet tout dernièrement offert par le Board of Trade, de Toronto, à MM. Mackenzie et Mann, les grands constructeurs de chemins de fer, le seul vin de champagne servi à la table d'honneur, a été celui de la marque G. H. Mumm & Co.

LA LOI DES LICENCES DE QUEBEC

Comprenant tous les amendements à date

Titre et Application

(Suite).

XC. Toute personne autorisée à vendre des liqueurs enivrantes dans un magasin, mais non pour tenir une maison d'entretien public, qui ne prend pas les mesures ou précautions nécessaires pour empêcher que des liqueurs enivrantes qui y sont vendues soient lues dans ce magasin ou ses dépendances, soit par l'acheteur, soit par une personne ne résidant pas avec le vendeur, ou qui n'est pas à son emploi, est passible des pénalités édictées par l'article 137.

Est considéré comme n'ayant pas pris les mesures ou précautions nécessaires pour empêcher cette infraction, toute personne dans le magasin de laquelle ou dans les dépendances du magasin de laquelle il est bu des boissons enivrantes par l'acheteur ou par une personne ne demeurant pas avec le vendeur ou n'étant pas à son emploi.

La preuve que des liqueurs sont soulevées ou habituellement vendues dans les dépendances de la boutique de telle personne, est censée être la preuve que cette personne avait connaissance de ces infractions et les autorisait.

XCI. Toute personne munie d'une licence en vertu de la présente loi, qui vend des liqueurs enivrantes à quelqu'un âgé de moins de dix-huit ans, ou dans le lieu d'affaires ou dans les dépendances du lieu d'affaires de laquelle des liqueurs enivrantes sont ainsi vendues par une personne à son emploi, ou agissant pour elle, est passible des pénalités édictées par l'article 137.

Il ne doit en aucun temps être vendu de liqueurs enivrantes à aucune personne de moins de dix-huit ans dans un club muni de licence en vertu de l'article 46.

Dans les poursuites pour vente de liqueur à une personne dont l'âge est allégué être moins de dix-huit ans, c'est au défendeur qu'il incombe de prouver que cette personne a dix-huit ans révolus.

XCII. Toute personne âgée de moins de dix-huit ans, trouvée dans une buvette d'un hôtel ou d'un restaurant quelconque et ne rendant pas un compte satisfaisant de sa présence, est passible d'une amende n'excédant pas deux piastres, et, à défaut de paiement, d'un emprisonnement n'excédant pas deux semaines.

XCIII. Toute personne âgée de moins de dix-huit ans, trouvée coupable d'avoir acheté des liqueurs enivrantes pour son propre usage, doit être

SCOTCH WHISKY JOHN BEGG

DEPUIS 60 ANS LE SCOTCH WHISKY DE JOHN BEGG EST FOURNI DANS TOUS LES PALAIS ROYAUX. PENDANT PRES DE 60 ANS JOHN BEGG A OBTENU PAR BREVETS ROYAUX LE TITRE DE FOURNISSEUR DE LA COUR ROYALE. QUE DIRE DE PLUS EN FAVEUR DU SCOTCH WHISKY DE JOHN BEGG?

 OFFREZ-LE A VOS CLIENTS, C'EST UN BREUVAGE DE ROI.

D. MASSON & CIE, Agents, = Rue St-Paul, Montreal.

LAW, YOUNG & CO. MONTREAL.

CHAMPAGNE POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix
sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
Ale & Stout....Daukes & Co.
Bénédictine.....Benedictine Co.
Bourgognes.....Bouchard père et fils.
Cherry Whisky.....Renault & Co.
Cherry Whisky (The Original) Fremy's
Claret et Sauterne.....Nathl. Johnston & Sons.
Crème Cacao ChouvaA. Droz & Cie.
Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
Gin London Dry....."Gordon's."
Ginger Ale Anglais....."Schweppes."
Lime Juice.....L. Rose & Co.
Liqueurs.....Marie Brizard & Roger.
Madère.....Leacock & Co.
Soda Anglais....."Schweppes."
Stout.....Wheeler & Co.
Tarragone.....Louis Quer.
Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
Vin de Malaga.....Crooke Bros.
Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
Vins de Porto et Sherries.. "Mackenzie."
Vins du Rhin et Moselle...Koch Lauteren & Co.
Whisky Ecossais....."Kilmarnock."
Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.

JOSEPH E. SEAGRAM

DISTILLATEUR

— DE —

Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

"Old Times"

"White Wheat"

"No. 83 Rye"

"Star Rye"

MEAGHER BROS. & Co.

MONTREAL, AGENTS

condamnée à une amende n'excédant pas dix piastres, et, à défaut de paiement, à un emprisonnement n'excédant pas un mois.

XCIV. Si quelqu'un muni d'une licence, achète ou reçoit d'une autre personne des hardes, outils, effets de commerce ou instruments de culture, ustensiles de pêche, articles de ménage, meubles ou provisions ou certificats de gages de patrons, soit par vente ou échange, directement ou indirectement en donnant comme prix de ces marchandises ou de partie d'icelles des boissons enivrantes, ou si quelqu'un reçoit d'une autre personne des marchandises mises en gage, un juge des sessions, recorder ou magistrat de police, ou deux juges de paix pourront, sur preuve satisfaisante des faits sous serment faite devant lui ou eux, émettre son ou leur mandat pour la restitution de ces effets et le paiement des frais; et, à défaut de ce faire, le mandat portera instruction de prélever, par la vente des marchandises du délinquant, jusqu'au montant de tels effets mis ainsi en gage, vendus ou échangés, y compris les frais; et le délinquant sera aussi sujet à une pénalité n'excédant pas vingt piastres. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 33).

XCV. Il est défendu à l'acheteur de liqueurs enivrantes dans un magasin sous licence de les boire ou faire boire ou tolérer qu'elles soient bues dans le magasin où telles liqueurs ont été achetées, ou dans les dépendances de tel magasin, sous peine d'une amende de cinq piastres au moins et de vingt piastres au plus pour chaque contravention.

XCVI. Toute personne ayant une licence d'hôtel de tempérance, qui souffre que l'on boive, ou qui ne prend pas les mesures ou précautions nécessaires pour empêcher que l'on boive des liqueurs enivrantes dans sa maison ou les dépendances d'icelle, encourt une amende de vingt piastres pour chaque contravention.

XCVII. Tout propriétaire ou maître de bateau à vapeur ou bâtiment, ayant une licence en vertu de la présente loi, qui permet qu'on vende des liqueurs enivrantes à bord, pendant que le bateau ou le bâtiment est arrêté dans un port, ou à un quai ou à une place quelconque de débarquement, est passible d'une amende de cent piastres pour chaque contravention.

XCVIII. Quiconque, sans être muni de quelqu'une des licences ci-haut mentionnées, expose, fait exposer ou tolère qu'il soit exposé, dans ou sur une partie quelconque de sa maison, de ses dépendances ou de ses véhicules, quelque enseigne, inscription, peinture ou quelque autre signe quelconque, de nature à induire le public et les voya-

geurs à croire que la vente des liqueurs enivrantes en quelque quantité que ce soit y est autorisée, et qu'il est muni d'une licence à cet effet, se rend passible d'une amende de trente piastres pour chaque contravention.

La même pénalité est encourue par toute personne munie d'une licence qui, par quelqu'un des moyens mentionnés en cet article, cherche à induire le public ou les voyageurs à croire qu'elle est munie d'une autre licence que celle qui lui a été octroyée.

XCIX. Quiconque, n'étant pas muni de licence comme dit ci-haut, garde ou souffre qu'il soit gardé dans sa maison ou ses dépendances, en dépôt ou autrement, dans le but d'en opérer la vente, quelques liqueurs enivrantes, se rend passible des pénalités édictées en l'article 84.

Le fait de trouver des liqueurs dans ces maisons ou dépendances est une présomption que telles liqueurs y sont gardées dans le but de les vendre, et la preuve de faits antérieurs peut être faite au procès pour établir cette présomption.

C. Aucune personne, faisant un commerce quelconque et n'étant pas autorisée à vendre des liqueurs enivrantes ne peut garder dans sa place d'affaires ou les dépendances d'icelle, aucune quantité de liqueurs enivrantes, sous peine de confiscation de ces liqueurs en sus des pénalités édictées par l'article 84.

Le fait d'avoir trouvé ces liqueurs dans ces lieux, est une présomption qu'elles y ont été gardées dans le but de les vendre; et les constables de la police du revenu ou tous autres officiers employés par le gouvernement sont autorisés à saisir ces liqueurs enivrantes sans mandat.

CI. Le jugement qui inflige telle amende, doit ordonner la confiscation des liqueurs et des vaisseaux.

Le percepteur du revenu doit faire vendre les liqueurs et les vaisseaux ainsi confisqués, par vente privée ou à l'enchère publique, conformément aux instructions qui lui sont données par le trésorier et le percepteur du revenu retient un tiers du prix réalisé, et remet les autres deux tiers qui restent au trésorier de la province.

CII. Toute personne non munie de licence accordée en vertu de cette loi pour la vente de liqueurs enivrantes, qui, en quelque temps que ce soit durant lequel elle n'est pas munie de telle licence, tient un comptoir ouvert au public pour la vente de ces liqueurs ou les expose en vente dans un magasin ou place d'affaires, est passible des pénalités édictées par l'article 84; et la tenue de tel comptoir ou l'étalage de liqueurs enivrantes fera *prima facie* preuve que les liqueurs ainsi tenues ou

étalées le sont dans un but de vente, sans qu'il soit nécessaire d'en prouver la vente.

CIII. Le tribunal devant lequel la plainte est entendue peut, sur preuve satisfaisante à cet effet, annuler la licence de tout hôtelier, aubergiste ou restaurateur qui laisse enivrer quelqu'un dans son établissement, ou souffrir qu'un désordre quelconque y soit commis, et ce, sans préjudice des autres pénalités imposées par la loi.

CIV. Les articles 84, 99 et 100 ne pourront empêcher un brasseur, distillateur ou autre personne ayant une licence accordée par le gouvernement du Canada pour fabriquer des liqueurs enivrantes, de garder ou de vendre toute liqueur par eux fabriquée dans tout bâtiment où se fait cette fabrication, pourvu que ce bâtiment ne fasse pas par partie de, et n'ait pas de communication avec, un magasin ou bâtiment où l'on vend en détail des liqueurs enivrantes ou dans lequel on garde des caisses ou ballots de liqueurs ouverts; mais tel brasseur, distillateur ou autre personne devra obtenir au préalable une licence de magasin de gros ou d'embouteilleur, selon le cas, pour vendre en vertu de cette loi les liqueurs ainsi fabriquées par lui.

CV. Les dits articles 84, 99 et 100 ne pourront empêcher un chimiste ou pharmacien dûment enregistré comme tel en vertu de la loi de pharmacie de Québec, de vendre des liqueurs enivrantes pour des fins strictement médicales, sacramentelles ou industrielles, sur certificat d'un médecin pratiquant enregistré, si c'est pour des fins médicales, ou d'un membre du clergé, si c'est pour des fins sacramentelles, ou de l'acheteur et d'un juge de paix, si c'est pour des fins industrielles, et alors seulement en quantité n'excédant pas chaque fois une chopine, mesure impériale, à la fois; mais tout tel chimiste ou pharmacien qui désire vendre des liqueurs enivrantes sans tel certificat ou vendre ces liqueurs en quantité excédant une chopine, mesure impériale, doit être le porteur d'une licence de magasin de liqueurs en détail, ou d'une licence pour la vente des liqueurs en gros, ou d'une licence pour la vente des liqueurs en gros et en détail, ou d'une licence pour la vente en gros des liqueurs enivrantes à des chimistes ou pharmaciens seulement, sous les pénalités prescrites par l'article 84.

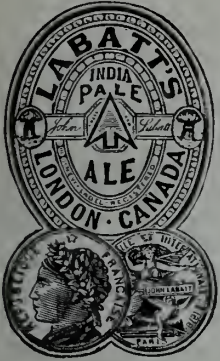
Tout chimiste ou pharmacien, non muni de licence en vertu de la présente loi pour la vente de liqueurs enivrantes, doit tenir un registre des ventes qu'il fait de toutes telles liqueurs, en la forme déterminée par le lieutenant-gouverneur en conseil, dans lequel registre il doit inscrire dans des colonnes séparées, outre tels autres renseigne-

AU COMMERCE

Maintenez votre approvisionnement d'ALE et de
PORTER de

Labatt's

Vous êtes obligé de les avoir si vous voulez con-
server vos clients. Si vous leur substituez d'autres
marques, vos clients ne se plaindront peut-être pas,
mais ils donneront leur clientèle là où ils obtiendront
ce qu'ils veulent avoir.



LES MEILLEURES
BIERES DE MALT
AU PAYS, ET LES
GENS LE SAVENT.

LE COGNAC DE LA MARQUE

MARIE BRIZARD & ROGER

Est un Cognac Authentique, Pur, provenant
des MEILLEURS CRUS des Charentes.

En le servant à leurs clients, les hôteliers et propriétaires de
bars peuvent être certains qu'ils leur serviront un véritable
tonique qui, loin de ruiner leur santé, leur donnera force, éner-
gie et vigueur. Nous avons la représentation au Canada de ce
délicieux Cognac.



D. MASSON & CIE, Importateurs

Rue St-Paul, MONTREAL.

ments que le lieutenant-gouverneur en conseil peut juger à propos de requérir, la date de chaque vente, la nature et la quantité de la liqueur vendue, et le nom de l'acheteur et celui du signataire du certificat en vertu duquel la vente a été faite.

Il doit aussi conserver les certificats et les numéroter, et le registre doit contenir une colonne séparée dans laquelle doivent être inscrits les numéros des certificats. Chaque fois qu'il en est requis par le percepteur du revenu de la province ou toute autre personne par lui autorisée, tout tel chimiste ou pharmacien doit lui exhiber ce registre, ainsi que les certificats, et lui en laisser faire l'examen.

A défaut de se conformer à quel qu'une des exigences du présent article, tout tel chimiste ou pharmacien se rend passible des pénalités prescrites par l'article 84. (1 Ed. VII, chap. 11, sec. 6). (*)

CVI. Chaque auberge ou hôtel de tempérance situé dans un village ou à la campagne, doit contenir au moins trois chambres à coucher avec un bon lit dans chacune à l'usage des voyageurs, outre le logement de la famille.

CVII. Le maître de cette auberge ou de cet hôtel de tempérance doit garder dans une remise près de la maison, des places pour au moins quatre chevaux, et doit être constamment muni de provisions de bouche et comestibles pour les voyageurs, ainsi que de foin et de grains pour leurs chevaux.

CVIII. Chaque auberge ou hôtel de tempérance, dans une cité ou une ville, doit contenir une cuisine d'une dimension suffisante, tous les ustensiles propres à préparer les repas pour au moins dix personnes, une salle à manger avec une table convenable pour y mettre le couvert, assez grande pour dix personnes assises, et au moins cinq chambres à coucher, en outre des appartements de la famille.

(*) NOTE:—Amendement de la Loi de Pharmacie de Québec, article 4052a. S. R. Q. :

4052a. Rien de contenu dans les articles 84, 99, 100 ou 105 de la loi des licences de Québec ne doit être interprété de manière à empêcher les chimistes et les pharmaciens dûment enregistrés comme tels en vertu de la loi de pharmacie de la province de Québec, de vendre des préparations médicinales contenant de l'alcool, en autant que ces préparations ne sont vendues que pour des fins médicinales; ni à empêcher la vente des alcools (à quatre-vingt-dix pour cent) rectifiés, mentionnés dans la Pharmacopée Britannique, pour des fins médicales, industrielles ou scientifiques, en quantité de pas plus d'une chopine impériale, pourvu que chaque vente de tel alcool rectifié soit enregistrée dans le registre des ventes de liqueurs mentionné dans le deuxième alinéa de l'article 105 de la loi des licences de Québec. (3 Ed. VII, chap. 36, sec. 1).

CIX. Tout restaurant doit être monté de manière à pouvoir donner à manger à au moins dix personnes à la fois.

CX. Le maître de l'auberge, de l'hôtel de tempérance ou du restaurant, doit, en tout temps, sur demande du percepteur du revenu ou de son adjoint, lui exhiber sa licence, qu'il doit tenir constamment exposée à la vue du public, dans le comptoir de son établissement ou dans un autre endroit approuvé par le percepteur du revenu.

CXI. Il doit faire peindre en caractères lisibles d'au moins trois pouces de hauteur et d'une largeur proportionnée, immédiatement au-dessus de la partie extérieure de la porte de sa maison, son nom en toutes lettres en y ajoutant les mots suivants, dans le cas d'une auberge ou d'un restaurant: "autorisé à vendre en détail des liqueurs spiritueuses," ou: "autorisé à vendre en détail des liqueurs enivrantes," ou "maison autorisée à vendre du vin et de la bière" et dans le cas d'un hôtel de tempérance: "autorisé à tenir un hôtel de tempérance," sous peine des amendes mentionnées dans l'article 137.

CXII. Si l'établissement est situé à la campagne, le maître d'icelui doit en outre exposer et garder exposée pendant toute la durée de la licence, une inscription semblable ou enseigne composée de lettres n'ayant pas moins de quatre pouces de hauteur, et d'une largeur proportionnée, sur sa maison ou au bout d'un poteau ou plusieurs poteaux d'une hauteur suffisante, près de sa maison, pour l'indiquer aux voyageurs, sous les pénalités mentionnées dans l'article 137.

CXIII. Tout embouteilleur doit faire peindre, en lettres lisibles d'au moins deux pouces de hauteur et d'une largeur proportionnée, sur chaque côté de chacun de ses véhicules, son nom en entier, en y ajoutant le mot "licencié" sous une pénalité de vingt piastres pour chaque contravention.

Cet embouteilleur doit aussi, sujet à une pénalité semblable, obtenir du percepteur du revenu de la province qu'il appartient, une étiquette ou plaque pour chacun de ses véhicules, qu'il doit tenir constamment attachée à tel véhicule; cette étiquette ou plaque doit être de la forme et être attachée au véhicule de la manière déterminée par le trésorier de la province. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 31).

CXIV. Chaque auberge, hôtel de tempérance, restaurant, taverne dans les mines, buvette de bateau à vapeur et buffet de chemin de fer doit être tenu paisiblement et l'ordre y doit être maintenu.

CXV. Nul jeu intéressé n'y est permis, sous la pénalité mentionnée dans l'article 137 contre le maître de chaque auberge, hôtel de tempérance, restau-

rant, taverne dans les mines, buvette de bateau et buffet de chemin de fer, pour chaque contravention.

CXVI. Il n'y doit être tenu qu'une buvette sous peine des amendes portées à l'article 137.

CXVII. Il n'y doit être en aucun temps débité sciemment des liqueurs enivrantes aux personnes ivres, ni après huit heures du soir, aux soldats, matelots, apprentis et serveurs connus comme tels par le maître de la maison.

CXVIIa. Aucune personne de moins de dix-huit ans ne peut remplir les fonctions de commis de buvette, dans un établissement licencié en vertu de cette loi, et toute personne contrevenant aux dispositions de cet article encourt pour chaque offense, une pénalité de pas moins de dix piastres et de pas plus de vingt-cinq piastres, et le patron de tel commis de buvette encourt, pour chaque offense, une pénalité de pas moins de cinquante piastres et de pas plus de soixante-quinze piastres. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 35).

CXVIII. Chaque épiciier doit, dans le compte qu'il délivre à ses clients pour les ventes faites par lui, inscrire ses ventes de liqueurs enivrantes séparément des autres ventes.

CXIX. Tout club muni de licence en vertu de l'article 46 pour la vente des liqueurs enivrantes et dans lequel ces liqueurs sont vendues en contravention avec la constitution, les règles et les règlements soumis par ce club au trésorier de la province avant l'octroi de cette licence ou dans lequel il se commet une contravention à l'une des dispositions de la présente loi concernant les clubs, est passible des pénalités prescrites par l'article 137, et sur condamnation pour une première offense, la licence peut être annulée. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 36).

CXX. Les poursuites pour vente illécite de liqueurs enivrantes dans des clubs munis de licences en vertu de l'article 46 ou pour infraction à quel qu'une des dispositions de la présente loi au sujet des clubs peuvent être intentées soit contre le gérant du club, soit contre le vendeur réel des liqueurs, soit contre le club, comme corporation, et, dans ce dernier cas, le jugement doit, à défaut de paiement de l'amende, être exécuté suivant qu'il est édicté par l'article 207.

CXXI. Sujet aux dispositions de l'article 1111 (*) des Statuts refondus, nulle liqueur enivrante ne doit être vendue dans une auberge ou un restau-

(*) NOTE:—Les dispositions de l'article 1111 S. R. Q., desquelles il s'agit ici, sont celles qui permettent aux hôteliers de vendre ou de fournir des liqueurs enivrantes à leurs pensionnaires *bona fide* et aux voyageurs séjournant dans leurs hôtels, le dimanche à toute heure, et les

Scotch Whisky

MOUNTAIN DEW

DE

SANDERSON



Il est pur, vieux et d'un arôme exquis.
Il n'est surpassé par aucun autre Scotch
Whisky vendu au même prix.
Le "Mountain Dew" de Sanderson est la
plus ancienne marque de Whisky en
Ecosse.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA

S. B. Townsend & Co.

18-20 Rue St-Sacrement, = = = MONTREAL



S. H. Ewing & Sons, Importateurs et Manufacturiers de

BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de
broche d'embouteilleurs, d'Etain en feuilles,
de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522

LES ENSEIGNES ELECTRIQUES

sont une annonce pour vous nuit et jour.
Sans contredit, c'est la méthode de publi-
cité la moins chère et la plus efficace
aujourd'hui. Nous avons une excellente
proposition à faire aux Marchands de la
plupart des cités canadiennes pour qu'ils
emploient les enseignes électriques.
Ecrivez-nous et nous vous enverrons des
circulaires.

THE MARTEL STEWART CO., LIMITED,
MONTREAL, Canada.

PUR



NATUREL

Motard, Fils & Senécal

Agents Généraux et Import-
tateurs directs de Liqueurs
de Ire Marque, de Vins Fran-
çais

5 Place Royale, MONTREAL.

Seuls Concessionnaires
pour le Canada du . . .

COGNAC DES GOURMETS DE V. FOURNIER & CO.

De A. CARPENTIER, Vins
Fins, Rouges, Blancs, (Bor-
deaux)
SIXTE DUCLOT, Vins Mous-
seux, (Bordeaux)
BOUCHARD, Aîné, Fils, Vins
Vieux de Bourgogne.
J. CAPARROY-DULORD, Vi-
naigre Pur, (Bordeaux).
EAU MINERALE GAZEUSE,
de St-Romain (le Puy).
WILH WASUM, Bacharach,
Vins Secs du Rhin.
VIN PHOSPHATÉ au QUIN-
QUINA des RR. PP. TRAP-
PISTES D'OKA.

Tel. Bell, Main, 4495.

Tel. March. 962.

rant, dans un endroit quelconque de cette province, ni dans une taverne dans les mines, un jour de la semaine, depuis minuit jusqu'à cinq heures du matin, ou durant toute la journée du dimanche, excepté sur une demande spéciale pour fins médicales, signée par un médecin pratiquant, dûment enregistré ou par un ministre du culte et produite par l'acheteur.

Les liqueurs ainsi vendues sur demande spéciale ne doivent pas être bues sur place.

Durant le temps prohibé pour la vente des liqueurs enivrantes, toutes les buvettes doivent être fermées.

Le porteur d'une licence d'hôtel ou un de ses employés peut, pendant ce temps, entrer dans la buvette, pourvu que ce ne soit pas dans le but de contrevenir aux dispositions de cet article. Le porteur d'une licence de restaurant ou un de ses employés peut entrer dans sa buvette, pendant ce temps, dans le but de remplir des ordres basés sur un des certificats mentionnés dans cet article, ou, en tout temps, entre sept et huit heures le dimanche matin, et six et sept heures, le dimanche soir, pour examiner son local; mais il ne doit pas y rester plus longtemps qu'il n'est nécessaire pour remplir les dits ordres et pour s'assurer de l'état de son local. (Ed. VII, chap. 11, sect. 7; 5 Ed. VII, chap. 13, sec. 37).

CXXII. Aucune liqueur enivrante ne doit être vendue dans un magasin de liqueurs ou dans ses dépendances ni par aucun embouteilleur, dans aucun endroit de cette province, un jour de la semaine, depuis minuit jusqu'à quatre heures du matin, ou pendant toute la journée du dimanche, excepté dans les magasins de liqueurs en détail dans lesquels elle peut être vendue sur un certificat spécial pour des fins médicales, signé par un médecin pratiquant dûment enregistré ou par un ministre du culte et produit par l'acheteur. (1 Ed. VII, chap. 11, sec. 8).

CXXIII. Pendant le temps prohibé en vertu de l'article 122 pour la vente des liqueurs enivrantes, tous ces magasins et établissements d'embouteilleurs doivent être fermés.

Le porteur d'une licence de magasin ou d'embouteilleur ou un de ses employés peut entrer dans son établissement, pendant ce temps, dans le but de remplir des ordres basés sur un des certificats mentionnés dans l'article 122, ou en tout temps entre sept et huit heures le dimanche matin et six et sept heures, le dimanche soir, pour

examiner son local; mais il ne doit pas y rester plus longtemps qu'il n'est nécessaire pour remplir les dits ordres ou pour s'assurer de l'état de son local. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 38).

CXXIIIa. Les liqueurs enivrantes vendues pendant les heures interdites ou le dimanche, en vertu des dispositions des articles 121 et 122, ne doivent pas être délivrées dans la buvette ou le magasin, selon le cas, et l'acheteur ne doit pas être admis dans cette buvette ou ce magasin. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 39).

CXXIV. Sujet aux dispositions de l'article 1111 des Statuts refondus et de l'article 122 de la présente loi, pendant le temps prohibé pour la vente des liqueurs enivrantes en vertu d'une loi quelconque de cette province, aucune de ces liqueurs ne peut être délivrée à qui que ce soit, pas même gratuitement, dans la place d'affaires ou les dépendances d'icelle de la personne munie de la licence.

CXXV. Dans les poursuites pour tenir ouvert, vendre ou donner des liqueurs enivrantes, pendant les heures prohibées, en vertu d'une loi quelconque de cette province, le tribunal a le droit de prononcer condamnation, si l'une ou l'autre de ces offenses est prouvée, pourvu qu'il s'agisse de la même circonstance.

CXXVI. Toute personne qui obtient des liqueurs enivrantes en contre-venant avec les dispositions de cette loi, soit en les achetant chez une personne non munie de licence, soit en les obtenant, même gratuitement, chez une personne munie de licence, mais en dehors des heures et des conditions voulues par cette loi et par les dispositions de l'article 1111 des Statuts refondus, est passible d'une amende de pas moins de cinq piastres et de pas plus de vingt-cinq piastres, et, à défaut de paiement, d'un emprisonnement de pas moins de deux semaines ni de plus d'un mois. Mais les poursuites en vertu du présent article ne peuvent être intentées qu'au nom du percepteur du revenu de la province, et le trésorier provincial peut, à sa discrétion, refuser de permettre qu'elles soient intentées quand les circonstances semblent justifier telle décision.

CXXVII. Nulle pénalité édictée par la présente loi contre des personnes obtenant des liqueurs, soit de porteurs de licences octroyées en vertu d'icelle, soit de personnes non munies de licences, n'est encourue par les officiers du revenu ou autres personnes employées par le gouvernement pour la mise en vigueur de la présente loi, ni par celles agissant d'après les instructions des dits officiers ou personnes, pourvu que les dits officiers ou personnes agissent en leur qualité officielle.

CXXVIII. Toute personne munie d'une licence en vertu de la présente loi, peut refuser d'admettre dans le local pour lequel sa licence est accordée toute personne ivre, et peut refuser d'admettre dans et chasser de tel local toute personne violente, querelleuse ou qui cause du désordre, et toute personne dont la présence dans ce local peut exposer le porteur de licence à une pénalité quelconque en vertu de la présente loi.

Toute telle personne, qui, après avoir été requise conformément au présent article, par le porteur de licence ou son agent ou serviteur, ou par tout constable, de quitter tel local, refuse ou néglige de le faire, est passible d'une amende n'excédant pas vingt piastres, et à défaut de paiement, d'un emprisonnement n'excédant pas un mois, ou, à la discrétion du tribunal, ce contrevenant peut être simplement condamné à cet emprisonnement sans l'option d'une amende; et tout constable est obligé, sur demande de tel porteur de licence, son agent ou serviteur, d'expulser ou d'aider à l'expulsion de toute telle personne de tel local, et peut employer la force nécessaire pour ce faire.

CXXIX. Toute personne munie d'une licence pour la vente des liqueurs enivrantes en vertu de la présente loi, qui héberge sciemment un constable ou lui permet de rester chez lui pendant que ce dernier est de service, à moins que ce ne soit pour maintenir l'ordre ou le rétablir ou dans l'exercice de ses fonctions, ou qui fournit des liqueurs ou rafraîchissements quelconques soit en les donnant ou en les vendant à un constable de service, sans l'autorisation d'un de ses officiers supérieurs, ou qui corrompt ou tente de corrompre un constable, ou qui donne, prête ou procure à un constable de l'argent ou autre objet de prix, sera passible d'une pénalité n'excédant pas cinquante piastres, et, à défaut de paiement, d'un emprisonnement n'excédant pas un mois.

CXXX. Aucun contrevenant aux dispositions des articles 121, 122, 123 et 124, ou à celles de la section quatorzième du chapitre cinquième du titre quatrième des Statuts refondus concernant la fermeture des auberges n'est sujet à plus d'une condamnation pour la même offense.

CXXXI. Pendant la durée d'une licence pour la vente de liqueurs enivrantes, à l'exception des licences de magasins de liqueurs, nul commerce d'épicerie, provisions, sucreries ou fruits ne doit être fait dans l'intérêt et pour le bénéfice direct ou indirect de la personne munie d'une licence dans les lieux où s'exerce cette licence.

CXXXII. Nulle personne autorisée à tenir une auberge ou un hôtel de tem-

jours de semaine, durant les heures interdites, pourvu que cette vente ou cette livraison ne se fasse pas à la buvette de l'hôtel, mais dans les chambres des pensionnaires ou des voyageurs, ou dans les salles à manger de l'hôtel.

Lawrence A. Wilson Cie, Limitée

MONTREAL.

À nos Amis . . .

A mon retour d'un voyage prolongé en Europe, je désire d'abord remercier nos amis dans tout le Canada d'avoir continué leurs relations d'affaires avec ma compagnie pendant mon absence. Le chiffre de nos affaires montre une augmentation très flatteuse de près de \$200,000 sur celles de l'année dernière. J'apprécie, dans toute sa mesure, cette marque de confiance et d'amitié.

Je désire aussi vous informer que j'ai obtenu plusieurs nouvelles agences importantes dans presque toutes les lignes des Vins et Spiritueux, ayant visité tous les centres producteurs de vin en France, ainsi que tous les districts importants d'Espagne et d'Italie. Le résultat de l'étude que j'ai faite me permet de conclure que le système Européen d'achat et de vente des vins et spiritueux d'après leur valeur intrinsèque, et non d'après l'étiquette réclame ou la réputation qu'ils ont, est le seul système juste et correct. Non seulement les commerçants, mais aussi les consommateurs, obtiennent ainsi de meilleures qualités, mais les prix naturellement ne sont pas aussi élevés, et on évite ainsi des dépenses inutiles de publicité, etc., etc. En conséquence j'ai acheté directement des viticulteurs et distillateurs de grosses consignations de Cognacs, Champagnes, Clarets, Bourgognes, Sauternes, Vins blancs du sud de la France, Vins du Rhin, Madères, Malagas, de vins d'Alicante, de Tarragone, de vins d'Oporto blancs et rouges, ainsi que 300 fûts de fins Sherries de

MM. Gonzalez & Byass.

de JERÈS, ESPAGNE.

Cette maison est la plus grande et la première au monde pour le Sherry. Cette consignation comprend aussi 500 caisses de ses marques célèbres

"CHRISTINA" SEC ET "IDOLO" FRUITEUX

Mises en bouteilles à leurs Bodegas.

J'ai terminé ce plaisant et fructueux voyage par une tournée en automobile à travers les "highlands" de l'Ecosse, où j'ai signé des contrats pour plus de 10,000 caisses et 100 fûts du plus beau des vieux Scotch Whiskies.

Lawrence A. Wilson

pérance ne doit refuser de recevoir et héberger les voyageurs sans juste cause.

CXXXIII. Nulle personne autorisée à tenir un restaurant ne doit recevoir ou héberger les voyageurs.

CXXXIV. Quiconque, étant muni d'une licence pour bière et vin, ou d'une licence pour la vente du cidre ou pour la vente des vins du pays, vend d'autres liqueurs que celles autorisées par telle licence ou contrevient d'une autre manière aux dispositions de la présente loi ou aux conditions auxquelles cette licence a été accordée, est passible d'une amende de cinquante piastres pour chaque offense, ou d'un emprisonnement de trois mois, à défaut de paiement.

En outre de l'amende, la licence du contrevenant doit être annulée, et ne peut être renouvelée durant telle année.

CXXXV. Toute personne munie d'une licence en vertu de cette loi, qui ne se conforme pas durant toute l'année pour laquelle elle possède cette licence, aux conditions auxquelles cette licence lui a été octroyée, est passible pour chaque contravention des pénalités fixées par l'article 137.

CXXXVI. Toute personne, munie ou non d'une licence pour la vente des liqueurs enivrantes, qui vend ces liqueurs en les représentant comme non enivrantes, ou qui vend ou expose en vente des liqueurs enivrantes en bouteilles ou autres récipients étiquetés ou marqués comme contenant des liqueurs non enivrantes, est passible des pénalités prescrites aux articles 84 ou 137, suivant le cas.

CXXXVII. Chaque infraction à la première partie de la présente loi par le porteur d'une licence émise en vertu d'icelle à vendre des liqueurs enivrantes et au sujet de laquelle aucune autre amende n'est imposée par cette partie, est punissable pour la première offense d'une amende de pas moins de trente ni de plus de soixante-quinze piastres, et à défaut de paiement, d'un emprisonnement de trois mois; pour la deuxième offense, d'une amende de soixante-quinze piastres au moins et de cent vingt piastres au plus, et, à défaut de paiement, d'un emprisonnement de trois mois; et sur conviction de cette troisième offense ou toute subséquente, la licence peut être annulée, et dans le cours de la même année nulle semblable licence ne doit être accordée au contrevenant, sans préjudice quant aux porteurs de licences de magasins de li-

queurs de détail, des dispositions de l'article 141a.

Si, sur une poursuite pour seconde offense, la première conviction n'est pas prouvée, le tribunal peut néanmoins condamner le défendeur, si la preuve est suffisante, et lui imposer la pénalité fixée pour une première offense.

De même, pour une poursuite pour une troisième offense, ou toute offense subséquente, il peut lui imposer la pénalité fixée par la loi pour une seconde ou une première offense, suivant le cas, au lieu de l'annulation de la licence, si la poursuite ne prouve pas la première ou la seconde ou les deux convictions antérieures, bien que la chose ne soit pas demandée. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 40).

CXXXVIII. Pour qu'une offense soit considérée comme une seconde ou troisième offense dans le sens de l'article 137, il n'est pas nécessaire que cette offense soit de la même nature que celles prouvées antérieurement.

CXXXIX. Pour qu'une offense commise par le porteur d'une licence, en vertu de cette loi, puisse être considérée comme une troisième offense dans le sens de l'article 137, elle doit avoir été commise dans les douze mois suivant la première offense; pour qu'une offense, aux termes de l'article 84 puisse être considérée comme une troisième offense, elle doit avoir été commise dans les trois ans de la première offense; et, si la plainte est faite pour une troisième offense, le tribunal ne peut pas condamner pour aucune autre que pour une troisième offense, quand la preuve faite établit que tel est le cas. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 41).

CXL. Avant jugement, le magistrat devant lequel un procès pour infraction à la présente loi a été intenté peut s'assurer si l'offense est la deuxième ou la troisième offense, bien que ce ne soit pas allégué dans la plainte; et s'il est constaté que c'est une deuxième ou troisième offense, il doit ordonner que la plainte soit amendée en conséquence, et rendre jugement comme pour une deuxième ou troisième offense suivant le cas. Mais dans le cas d'une poursuite pour avoir vendu ou pour avoir gardé pour la vendre, des liqueurs enivrantes, sans licence, le tribunal est obligé de s'assurer, avant de rendre jugement, si c'est une seconde ou troisième offense. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 42).

CXLI. Si une personne, autorisée à la présente loi, le tribunal qui protège un hôtel de tempérance, souffre une condamnation pour contravention à la présente loi, le tribunal qui prononce la sentence peut révoquer sa licence; si cette personne est trouvée coupable d'avoir tenu une maison de

désordre ou d'avoir commis une autre offense poursuivable par voie d'acte d'accusation mentionné en un statut quelconque, ou si elle est condamnée à l'emprisonnement dans la prison commune avec travaux forcés ou au pénitencier, elle encourt la perte de sa licence et aucune telle licence ne doit lui être accordée de nouveau pendant les trois années suivant le jugement du tribunal.

CXLIIa. Chaque fois que le porteur d'une licence de magasin de liqueurs de détail est trouvé coupable d'avoir vendu des liqueurs enivrantes au verre, ou en quantité moindre que celle qui lui est permise par sa licence, ou qu'il est prouvé que telle liqueur a été ainsi vendue avec son concours, si ce dont il est trouvé coupable est une deuxième offense, sa licence est immédiatement annulée, et aucune licence de liqueurs de quelque description que ce soit ne doit lui être accordée de nouveau, pendant l'année de licence au cours de laquelle il a été ainsi trouvé coupable. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 43).

(A suivre).

Le Champagne Victor Clicquot

Parmi les champagnes les plus en évidence au banquet des Voyageurs de Commerce, tenu au Windsor Hotel, le 20 décembre, une mention spéciale revient de droit au champagne Victor Clicquot, représenté au Canada par la maison Bernard & Laporte.

La vogue considérable de ce champagne nouvellement introduit sur notre marché tient à deux causes principales: tout d'abord, la qualité excellente de ce vin, et ensuite la popularité très grande de ses représentants. MM. J. H. Bernard et J. O. Laporte comptent une foule d'amis parmi les voyageurs de commerce et ceux-ci ont tenu à témoigner d'une façon pratique à ces messieurs la haute estime qu'ils professent pour eux. On peut dire maintenant du champagne Victor Clicquot qu'il est définitivement lancé et que par la suite ses ventes iront sans cesse en augmentant.

Le Whisky Irlandais John Jameson

Commande toujours le plus haut prix sur les marchés de Londres et de Dublin. Le whisky de cette célèbre distillerie de Dublin, acquiert une vogue de plus en plus grande chaque année, au Canada.

Le whisky John Jameson est, sans aucun doute, le modèle type de qualité pour le whisky irlandais, ce qui explique sa popularité merveilleuse dans tous les pays.

Monsieur J. H. Bernard, de la maison Bernard & Laporte, nous dit que les affaires pendant le mois de décembre ont été très satisfaisantes. Le commerce des fêtes a occasionné une très forte demande pour les spécialités de la maison, telles que les liqueurs fines de MM. Gabriel Viard, le Pur Abricot, une liqueur exquise, qui a trouvé de nombreux amateurs, de même que le cognac Médico-Tonique de MM. Lucien Foucauld & Co., hautement recommandé par la faculté médicale.

*Nous prions tous nos Clients et Amis
d'agréer nos meilleurs Souhaits
A l'occasion des*

Fêtes de NOËL et du JOUR de l'AN.

Nous les remercions de la bonne part de commandes qu'ils nous ont confiées et nous nous plaisons à espérer qu'ils nous honoreront de leur patronage à l'avenir.

Nous leur souhaitons: Force, Santé, Vigueur avec la Prospérité qui en découle: Ils trouveront la **FORCE** dans un verre de ce fameux

"SCOTCH MITCHELL,"

qui n'a pas encore été égalé; ils trouveront la **SANTE** dans l'usage régulier de

l'Eau Minérale Effervescente "Hiawatha,"

la grande favorite des Familles et des Clubs, des Bars et des Restaurants; ils trouveront la **VIGUEUR** dans le délicieux

BRANDY "PH. RICHARD,"

qui met le soleil au cœur.

JOYEUX NOËL et BONNE et HEUREUSE ANNÉE !

LAPORTE, MARTIN & CIE, Limitée,
MONTREAL.

REVUE GENERALE

Il est rumeur de l'amalgamation dans une même compagnie de plusieurs des principales brasseries de Montréal et d'autres situées à Québec et à Sherbrooke. Il paraîtrait que ce projet est à l'étude depuis plus d'une année, mais que jusqu'à présent rien n'a été définitivement réglé.

* * *

M. Geo. H. Phillips, qui a occupé pendant de nombreuses années une situation importante à l'hôtel Windsor, prendra la direction de l'hôtel Corona, de Montréal, au commencement de l'année 1907.

* * *

MM. Freyseng Cork Co., Ltd, nous avisent que les affaires se sont ralenties, comme de coutume chaque année, depuis le commencement de décembre, mais que les apparences pour le commerce du printemps sont très favorables.

* * *

M. J. O. Motard, de la maison Motard, Fils & Senécal, nous avise que l'année qui vient de se terminer a été particulièrement bonne; il constate une augmentation notable dans la vente des cognacs, ainsi que dans celle des vins toniques.

* * *

MM. Boivin, Wilson & Cie nous rapportent une grande augmentation dans la vente de leur gin Canadien Croix Rouge. Les affaires en Scotch et en Cognacs sont également très actives. Les remises se font avec régularité.

* * *

M. J. M. Wilson, chef de la maison Boivin, Wilson & Cie, a été nommé directeur de la Banque d'Hochelaga, à la dernière assemblée annuelle de cette excellente institution financière.

* * *

MM. John Hope & Co nous avisent que les affaires pendant l'année 1906 ont été des plus satisfaisantes et en grande augmentation sur l'année précédente.

Les affaires, à l'heure actuelle, sont tranquilles en ce qui concerne les importations, la plus grande partie des marchandises ayant été livrée au commerce de gros pour être réparties dans le commerce de détail.

M. Louis Masson, de MM. D. Masson & Cie, nous rapporte que la demande pour les vins et liqueurs pour le commerce des fêtes a été des plus actives.

On remarque une augmentation notable dans la demande pour les vins d'Espagne.

PERSONNEL

—M. Peter Freyseng, président de la Freyseng Cork Co., Ltd, est de retour à Toronto après avoir passé plusieurs mois en Europe.

—M. Archibald Sword, qui faisait partie du personnel de MM. John Robertson & Son, Ltd, de Montréal, vient d'être appelé à la direction de la comptabilité de la succursale que M. John Robertson & Son, Ltd., ont tout dernièrement établie à Winnipeg.

—M. Otto Zepf, gérant à Montréal de la maison Freyseng Cork Co., Ltd, vient de faire un voyage à Toronto pour assister à une assemblée des directeurs de la Compagnie.

—M. H. O. Wootten, gérant au Canada, de la maison John Robertson & Son, Ltd., est actuellement à Montréal, après avoir fait un voyage étendu dans le Nord-Ouest.

—M. J. O. Motard, chef de la maison Motard, Fils & Senécal, a tout dernièrement fait un voyage d'affaires aux Etats-Unis.

—M. J. F. Senécal, de la maison Motard, Fils & Senécal, est de retour à Montréal, après un voyage d'affaires dans le district du Nord.

—M. Mark Sanderson, de la maison Sanderson, les distillateurs du fameux Scotch Mountain Dew, est actuellement à Montréal, où il est l'hôte de M. S. B. Townsend, le représentant au Canada de MM. Robertson Sanderson & Co.

—M. J. O. Laporte, de MM. Bernard et Laporte, passe actuellement la saison des fêtes à Montréal; il fera ensuite une tournée d'affaires dans les Cantons de l'Est.

—M. Marcel Prunier, de la maison J. Prunier, de Cognac, a tout récemment visité Montréal. Nous croyons savoir que l'agence de cette maison sera prochainement confiée à une de nos principales maisons d'épicerie et de liqueurs en gros.

—M. Arthur Terroux, de MM. Law, Young & Co, est de retour à Montréal, après avoir fait un voyage d'agrément en Europe.

Le Cognac en vogue

Nous voulons parler des excellentes eaux-de-vie de la maison Victor Fournier & Cie, de Cognac. Les produits portant cette marque n'ont été présentés sur le marché canadien que depuis peu de temps relativement, mais grâce à leurs hautes qualités on les trouve maintenant dans tous les meilleurs restaurants et hôtels de notre province.

MM. Motard, Fils & Senécal, Place Royale, Montréal, les concessionnaires de cette marque au Canada, s'empresseront d'envoyer des échantillons et les prix à ceux qui leur en feront la demande.

Brandy Bisquit

La maison bien connue Bisquit, Dubouché & Co., de Jarnac-Cognac, à la tête de laquelle est M. Laporte-Bisquit, continue ses expéditions au Canada, en grandes quantités, à la satisfaction de tous ses clients. Pour la qualité, il est admis que le Brandy Bisquit n'a pas d'égal. Cette maison, qui a été établie en 1819, se fait gloire de n'expédier que du Brandy de pur raisin. Le nom de Bisquit, Dubouché & Co., est toujours une garantie, pour ceux qui mettent en stock ce brandy, qu'ils obtiennent la meilleure valeur relativement au prix payé.

Whiskey Ecossais, Coupage "Old Mull"

L'augmentation constante des ventes de ce coupage de Whisky Ecossais, constatée dans toutes les parties du Canada, est une preuve évidente que le public a découvert un whisky qu'aucun autre whisky écossais ne peut surpasser pour la pureté et le moelleux.

La célèbre et ancienne distillerie Tobermory, de l'île de Mull, a une réputation universelle.

Le Scotch "Old Mull" est maintenant tenu en stock, au Canada, par tous les principaux marchands de vins et de liqueurs, hôtels, clubs, etc.

Les meilleurs gins hollandais sur le marché sont, sans contredit, ceux de la maison Van Dulken, Weiland & Cie, représentée à Montréal par MM. D. Masson & Cie, rue St-Paul.

"Oui, Talleyrand," disait un jour Napoléon à son ministre, "Je suis le maître de l'Europe, parce que je travaille plus que tout autre homme sur le continent. Le meilleur indice de la puissance, c'est la capacité de travail et une conviction intense de sa nécessité." — (System.)





- SOYEZ PRUDENTS -
BUVEZ DE L'EAU PURE
l'Eau Libertyville
Crystal Spring

Pure, Effervescente, Naturelle.
 Embouteillée à la Source seulement,
 qui jaillit constamment.
 Cette eau possède des qualités médi-
 cinales qui la rendent supérieure aux
 autres pour la digestion.
 Agréable à boire et rafraîchissante.

SPLITS

PINTS

QUARTS

LES
Sources St-Louis

Eau de Vichy

TREFLE ROUGE

Autorisation de l'Etat.

Cette eau est maintenant reconnue supérieure.
 Elle a acquis une réputation parmi ceux qui
 en font usage.

Cette Eau est fraîche. reçue en magasin à la
 fin de l'été et en automne, par conséquent
 elle se conserve: **ESSAYEZ-LA.**

Nous vous mettons en garde contre des eaux
 provenant de Vichy, qui sont en magasin
 depuis au-delà de deux ans et qui déposent.
 La marque **Trèfle Rouge** est claire et limpide.

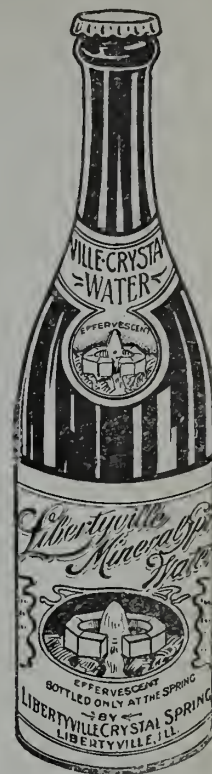
Ces deux marques sont vendues partout
 dans les Hotels, Clubs et Cafés.

Pour informations et échantillons adressez-vous à

L. CHAPUT, FILS & CIE

AGENTS DISTRIBUTEURS

2, 4, 6 & 8, rue DeBresoles, - MONTREAL.



Medoc	5.00	6.00
Margaux	5.50	6.50
St-Julien	6.00	7.00
Pontet Canet	9.00	10.00
Château Gruaud Larose	12.00	13.00
Côtes. le gallon.	1.00	

Galibert & Varon.

Rouges

	Qts.	Pts.
Medoc, par caisse	4.00	5.00
St. Emilion, par caisse ..	5.00	6.00
St. Estèphe, par caisse ..	6.00	7.00
Pauillac, par caisse	7.00	8.00
St. Julien, Margaux, p. cse	8.00	9.00

Pour vins, grandes marques, s'adresser aux agents.

Blancs

	Qts.	Pts.
Graves, par caisse	4.00	5.00
Barsac, par caisse	7.00	8.00
Haut-Sauternes, par caisse	8.00	9.00
Château-Yquem, "mise au		
Château", par caisse ..	18.00	19.00

	Qts.	Pts.
L. Gaudin & Cie		
St-Estèphe	3.00	3.50
A. Guilhou Frère Aîné		
Bas Médoc	3.50	
St-Estèphe	4.00	
St-Julien	6.00	
Pontet-Canet	6.50	
Chat-Bataille	7.75	
Côtes Castillon, le gallon	0.90	

	qts.	pts.
Nathaniel Johnston & Fils.		
Ordinaire	4.00	5.00
Château Chamfleuri	4.00	5.00
St-Loube	4.75	5.75
"Club"	5.00	6.00
Medoc	5.50	6.50
Margaux	5.75	6.75
St-Julien	6.00	7.00
St-Estepne	7.00	8.00
Château Dauzac	9.50	10.50
Pontet Canet	11.00	12.00
Margaux Supérieur	11.00	12.00
Château Beaucaillou	15.00	16.00
Château Leoville	19.00	20.00
Château Larose	19.00	20.00
Château Margaux	20.00	21.00
Château Lafitte	21.00	22.00

	qts.	pts.
A. Lacoste & Fils		
St-Julien	2.50	3.00
Médoc	2.75	3.25

COCKTAILS

	La cse
Cook & Bernheimer Co.	
Manhattan, Martini, Tom Gin,	
Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	
rican	9.50
G. F. Heublein Bros. "Club".	
Manhattan, Martini, Whiskey,	
Vermouth, Old Tom, ou assortis.	12.75
G. Pradel et Cie	2.75 3.25
J. Bern et Cie	
3 Stoiles, Etiquette dorée ..	qt. 7.75
3 Etoiles, Etiquette bleue ..	qt. 7.50

COGNACS

	La cse
Bisquit, Dubouché & Cie.	
★	qt. 9.50
10 years old	qt. 12.25
Old Liqueur. 20 years old,	qt. 16.00
V. V. S. O. P. 55 years old,	qt. 45.00
Au gallon	4.00 @ 10.00
J. Borianne.	
X X X '	7.50

Au gallon	3.75 @ 4.75
Boulesin & Cie.	
★★★	1 cse 5 cses
★	Qts. 10.50 10.25
★ Fluted	Qts. 12.00 11.75
1846	Qts. 45.00

	La cse
Boutelleau & Co.	
F. P. Quarts	9.50
F. P. Quarts (Dark)	9.50
F. P. Pints (2 doz)	10.50
F. P. Half Pints (4 doz)	11.50
F. P. 24 Flasks, sans verre ..	10.50
F. P. Imperial Flasks	10.50
One Diamond	10.50
Two Diamonds	O. B. 12.50
Three Diamonds	V. O. B. 14.00
Four Diamonds X V. O. B. 1831.	16.00
.....	1824. 21.00

5 caisses à la fois, 25c de moins par caisse.

10 caisses à la fois, 50c de moins Au gallon [preuve] .. 4.00 @ 6.00

	La cse
Boutelleau Fils.	
V. S. O. P. 1855	qt. 16.00
Doctor's Special	qt. 11.00

Paul Cardin.

Qts. 7.00; 24 flk. 8.00; 48 1-2 flk. 9.00

Châteaubel.

Quarts

Pints

Jules Coadon & Co.

12 quarts

24 flasks

Au gallon

Cognac Distillers Association.

★★★

V. O.

V. S. O. P.

X. X. O.

3 grapes.

V. O.

1875.

Comandon & Co.

Special

Reserve extra

★★ et X. O.

V. S. O. P.

Au gallon

H. Cottinaud & Cie

★

★★

★★★

V. O.

V. S. O.

V. S. O. P.

Chs Couturier & Cie.

★★★

Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks,

et 1-2 Flasks à avance ordinaire.

Au gal.

Quarts, Casks, Octaves et 1-2

Octaves de

D'Angely.

XXX

De Lormont.

XXX

Dervos & Cie.

Quarts

Pints

24 flasks n. c.

Paul Devaux.

Qts.

Videaux XXX.

A. E. Dor.

★

★★

★★★

Clos de Réserve

Grande Fine Champagne

Marque Globe

★★★★

★★★

★

James Jeantry & Co.

Spécial

★★★	9.50
-----------	------

Gabriel Dubois & Cie.

Etiquette or et rouge, qts.

Etiquette or et rouge, 24 flks.

Etiquette or et rouge, 48 1/2 flks.

Etiquette Bleu argent, qts.

Etiquette Bleu argent, 24 flks.

Etiquette Bleu argent, 48 1/2 flks.

Au gallon No 1

Au gallon No 2

Au gallon No 3

M. Durand & Cie

★★★

★★★

★★★

16 flasks

24 flasks n. c.

32 flasks

48 1-2 flasks n. c.

Par 5 cses, 25c. de moins.

P. Frapin & Cie.

★

Medical

20 years old

25 years old

30 years old

Au gallon

Gonzalez, Staub & Cie.

Quarts

Pints

24 Flasks

48 Flasks

1 Etoile

3 Etoiles

V. S. O.

V. S. O. P.

Jas. Hennessy & Co.

★

★★★

V. O.

S. O.

X. O.

X. S. O.

Extra

James Henry & Co.

Qts. 6.25; 24 flk. 6.75; 48 1-2 flk. 7.75

Robert Henry.

Wired Quarts

Jimenez & Lamothe.

XXX

V. S. O. P.

1890.

1865.

Au gallon

Le Féry et Cie

3 Etoiles

Legrand.

Quarts

24 Flasks

Lucien-Foucauld & Co., Cognac, France.

1 Etoile. 12 Bout.

3 Etoiles. 12 Bout.

"Crown Liqueur"

V. O., 15 ans d'âge

Medico Tonic

V. S. O., 20 ans d'âge

V. S. O. P., 25 ans d'âge

V. V. S. O. P., 30 ans d'âge ..

1847

Pour ordres d'importations d'au moins

30 caisses, s'adresser aux agents.

Marie Brizard et Roger

Fleur de France, 1 fleur ..

Fleur de France, S.O.P.

Fleur de France, C.V. 1858 qts.

F. Marion & Cie.

★★★

Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks,

Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.

Au gal.

Quarts, Casks, Octaves et 1-2

Octaves

Martell & Co.

Une Etoile

3 Etoiles... ..qt.	16.00
V. O.qt.	17.25
V. S. O. P. . . .qt.	18.75
V. V. S. O. P. . .qt.	38.00
J. Nicolet & Cie.	La cse
Quarts.	7.50
24 Flasks avec verre. . . .	9.00
Au gallon [preuve]	3.65 4.25
Jocques Nicot & Co., Cognac, France.	La cse
1 Etoile. 12 Bout.	9.00
2 Etoiles. 12 Bout.	10.00
3 Etoiles. 12 Bout.	11.50
V. O. 12 Bout.	12.00
V. S. O. 12 Bout.	13.00
V. S. O. P. 12 Bout.	14.00
Réserve 1870. 12 Bout. . . .	16.00
Réserve 1865. 12 Bout. . . .	17.00
Réserve 1858. 12 Bout. . . .	18.00
Pour ordres d'importations d'au moins	
30 caisses, s'adresser aux agents.	
Otard, Dupuy & Cie.	La cse
Spécial. qts.	9.50
Une étoile. qts.	12.00
Deux étoiles. qts.	14.00
Trois étoiles. qts.	16.00
V. S. O. P. qts.	17.50
V. Pinot & Cie	La cse
★★★ qts.	6.00
★★★ pts.	7.00
★★★ ¼ botl.	7.50
V. O. qts.	7.00
V. O. pts.	8.00
16 flasks	7.00
24 flasks n. c.	6.75
32 flasks	7.25
48 1-2 flasks n. c.	7.50
Par 5 cses, 25c. de moins.	
C. Pluchon & Cie	
Quarts	7.25 7.00
E. Puet.	La cse
★ qts.	9.50
Au gallon.	4.00 @ 7.00
Quantin & Co.	La cse
★★★ qts.	9.50
Au gallon	4.25 @ 5.50
J. Rémy	
Quarts.	6.50
Flasks	7.50
1-2 flasks	8.50
Renault & Cie.	La cse
★ qts.	10.00
V. O. qts.	12.00
3 étoiles S. V. O. qts.	15.00
V. S. O. P. qts.	21.00
Club. qts.	18.00
50 Years Old. qts.	40.00
Au gallon.	4.00 @ 10.00
Ph. Richard.	La cse
S. O. qts.	22.50
20 ans flutes qts.	17.50
Fleur de Cognac qts.	15.00
V. S. O. P. qts.	12.25
V. S. O. P. pts.	13.25
V. S. O. qts.	10.50
V. O. qts.	9.00
Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.	
Au gall.	
V. O. preuve, hogsheads, quarts casks,	
octaves et 1-2 octaves	3.80 4.10
V. O. 15 O. P.	3.40 3.65
V. S. O. P. preuve	5.15 5.35
Fine Champagne	5.80 5.90
Jules Robin & Cie.	La cse
Quarts.	9.50
24 Flasks.	10.00
Marc Roger et Cie	La cse
12 quarts	8.50
Sazerac de Forge & Fils.	La cse
Quarts.	9.50
Flasks.	10.25
Au gallon.	4.25
J. Sorin & Cie.	
Au gallon. de 3.75 @ 5.00	
O. Tesson & Cie.	La cse

Trois étoiles. qts.	6.50
Pints.	7.50
Half Pints.	8.50
16 Flasks imp. sans verre. . . .	8.00
24 Flasks. sans verre. . . .	7.00
48 ½ Flasks. sans verre. . . .	8.00
Au gallon. 5 à 6 U. P. . . .	3.60

EAUX

Apenta Hungarian, Aperient	La cse
25 Quarts	6.25
50 Pints	9.50
Sparkling Splits	5.50
Apollinaris	La cse
50 Quarts.	7.50
100 Pints.	10.50
100 Splits.	8.50
Cantrell & Cochrane.	La doz
Belfast Ginger Ale.	1.40
Club Soda.	1.40
Seltzer.	1.40
Potass Water.	1.40
Jewsbury & Brown.	La doz
Soda Water.	1.40
Dry Ginger Ale.	1.40
Quinine Tonic.	1.45
Potass Water.	1.40
Rubinat.	La cse
Sources Serres purgatives. . . 50	
btles	9.50
Schweppe's, de Londres.	La doz
Soda Water Co. Cylindres, pour 2. .	1.35
Soda Water, Bombays. . . pour 3. .	1.50
Soda Water, Splits. . . pour 1. .	1.10
Dry Ginger Ale.	1.35
Seltzer.	1.40
Potass Water.	1.40
St-Galmier.	La cse
Source Badoit.	6.00
Vichy.	La cse
Célestins, Grande Grille, Hôpital,	
Hauterive.	10.00
Principale.	7.00
La Capitale, 50s.	7.50
Sanitas, 50s.	8.00
" 1-2-100s.	9.50
" Splits 100s.	7.50
Vichy	La cse
Source St-Charles	8.00
Source Aubert	7.50
Vichy St-Yorre	La cse
Source St-George.	8.00
Bassin de Vichy	
Source St-Louis	8.00
Vittel	La cse
Grande Source	10.50
Source Salée	10.50

GINS

Blankenhaym & Nolet.	La cse
Marque 'Clef', C'ses Rouges. . .	17.50
Marque 'Clef', C'ses Vertes. . .	5.00
Marque 'Clef', C'ses Violettes. .	5.00
En cruchons vieux.	9.50
Au gallon. de 3.05 @ 3.20	
John de Kuypier & Son	La cse
Caisses Rouges15s.	11.75
Caisses Vertes.12s.	6.25
Caisses Violettes.24c.	5.50
Au gallon	3.15 à 3.30
P. Hoppe, "Night Cap"	La cse
Rouges.	10.65
Jaunes.	11.00
Vertes	5.25
Bleues.	6.00
Violettes.	2.50
Au gallon	3.05 3.25
P. Hoppe, "Imperial"	La cse
Rouges.	10.50
Vertes	5.00
Violettes	2.45
Melchers, de Berthierville	La cse
Croix Rouge. Caisses Rouges. . .	11.25
Croix Rouge. Caisses Vertes. . .	5.85
Croix Rouge. Caisses Violettes. .	5.00

J. J. Melchers	La cse
Honey Suckle, Cruch verre . . .	9.00
Honey Suckle, Cruch. pierre . . .	9.00
P. Melchers	La cse
Juniper Tree. Caisses Rouges. . .	9.50
Juniper Tree. Caisses Vertes. . .	4.50
Juniper Tree. Caisses Violettes. .	2.25
Au gallon. ¼ Casks.	3.00
Au gallon. Octaves.	3.05
Au gallon. ¼ Octaves.	3.10
Netherland's Steam Distillery Co.	La cse
Kiderlen's "Croix d'honneur".	
Caisses Rouges.	11.00
Caisses Vertes.	5.25
Caisses Violettes.	2.50
Cruchons verre — 12s 2½ gals. . .	10.50
Cruchons verre — 24s 2½ gals. . .	11.50
Cruchons verre — 12s 5 gals. . .	17.50
J. & W. Nicholson & Co., London, G. B.	La cse
Old Tom	8.25
London Dry	8.00
Sloe	12.50
A. C. A. Nolet	La cse
Caisses Rouges.	10.75
Caisses Vertes.	5.75
Old John	La cse
Caisses Rouges	9.75
Caisses Vertes	5.25
Caisses Pony, 24	4.50
Pollen & Zoon	La cse
Caisses Rouges	10.50
Caisses Vertes.	5.00
Caisses Pony de 12 et 24	5.00
Au gallon 3.00 @ 3.25	
Van Dulken Weiland & Cie	La cse
Bouteilles Noires.	
Violettes, 1 1-2 gallon, 24 Bout. .	4.95
Vertes, 1 1-2 gallon, 12 Bout. . .	4.95
Vertes, 2 gallons, 12 Bout. . . .	5.85
Rouges, 3 1-2 gallons, 15 Bout. . .	10.75
Rouges, 4 gallons, 15 Bout. . . .	11.25
Bouteilles Blanches.	
Violettes, 1 1-2 gallon, 24 Bout. .	5.50
Bleues, 1 1-2 gallon, 12 Bout. . .	5.25
Bleues, 2 gallons, 12 Bout. . . .	6.20
Jaunes, 3 1-2 gallons, 15 Bout. . .	11.20
Jaunes, 4 gallons, 15 Bout. . . .	11.75
Wynand-Fockink.	La cse
12 Cruchons.	10.00
12 Bouteilles	9.50

LAGERS

Beauport.	La doz
Pts. 2 doz à la caisse60
Splits 4 doz à la caisse35
Miller Brewing Co.	Le Brl
Marque "Buffet", 10 doz.	12.00

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine	qts.	pts.
12 litres.	19.50	21.00
Briand & Jaquet.	La cse	
Cherry Whiskey	7.50	
Blackberry Brandy	7.50	
Cherry Brandy	7.50	
Crème de Mente	9.00	
Curacao Orange	9.00	
Sirop de Grenadine	7.00	
Marie Brizard & Roger, fondée 1755.		
Anisette.	13.50	
Curacao, Orange ou Blanc. . . .	12.50	
Marasquin.	13.00	
Kummel, Superfin.	12.00	
Kummel Crystallisé.	12.50	
Green Peppermint.	13.00	
Crème de Menthe, Blanche. . . .	13.00	
Cherry Cordial.	12.00	
Cherry Brandy.	12.00	
Blackberry Brandy.	12.00	
Kirsch.	11.00	
Bitter Triple.	12.00	
Liqueurs assorties.	13.00	
Crème de Menthe Verte.	13.00	
Crème de Moka.	13.00	
Crème de Cassis	13.00	

Crème de Noyau	13.00
Eau-de-vie de Dantzick... ..	13.00
Orange Bitters.. . . .	9.50
Punch au Kirsh.. . . .	11.00
Peach Brandy.. . . .	12.00

F. Cazanove, Bordeaux.

Liqueurs du Père Kermann	
Jaune.	qts 14.25
Jaune.. . . .	pts 16.75
Verte.. . . .	pts 16.75
Peppermint.	11.25
Anisette.. . . .	11.25
Curacao Rouge.. . . .	qts 13.25
Curacao Rouge.. . . .	pts 14.00
Maraschino.. . . .	11.00
Kummel Cristallisé.. . . .	12.75
Cherry Brandy.. . . .	13.50
Crème de Prunelles.. . . .	17.25
Crème de Cacao.. . . .	14.00
Crème de Menthe verte.. . . .	11.00
Crèmes assorties.. . . .	12.00
Punch au Rhum.. . . .	11.50
Crème de cassis.. . . .	10.00
Cordiales assortis.. . . .	12.00
Kirsch Cazanove.. . . .	13.25
Kirsch Figeroux.. . . .	10.50
Absinthe Regnier.. . . .	13.25
Absinthe Figeroux.. . . .	12.00
Rhum Ste-Luce.. . . .	14.50
Rhum Kingston.. . . .	11.75
Bitter Figeroux.. . . .	9.00
Vermouth.. . . .	11.00
Sirop de Grenadine.. . . .	8.00
Crème de Mandarines.. . . .	13.50
Crème de Fine Champagne.. . . .	12.50
Delizy & Doistan	
Curacao	qts. 12.00
Marasquin	12.00
Kummel	12.00
Liqueur jaune	15.00 6.00
Liqueur verte	16.00 17.00
Alex Droz & Cie.	
Crème Cacao-Chouva.. . . .	qts. 16.00 17.00
Nelson Dupuy.	
Maraschino.. . . .	12.00
Grenadine.. . . .	8.50
Frémy Fils.	
Cherry Whiskey, [Chesky]	qts. 16.00 17.00
Orange Whiskey.. . . .	14.00
N. Fricquet & Cie	
La cse	
Cherry Whisky	12 qts. 8.50
Cherry Brandy	" 8.50
Blackberry Brandy	" 8.50
Peach Brandy	" 9.00
Apricot Brandy	" 9.00
Crème de Menthe	" 9.00
Crème de Menthe Boule, 12 litres	12.00
Crème de Vocoa	12 qts. 8.50
Crème de Noyau	" 9.00
J. Gallifet & Cie.	
La cse	
Anisette.. . . .	Litre 12 13.00
Crème de Cacao	Litre 12 14.00
Crème de Cassis	Litre 12 13.00
Crème Fine Champagne	Litre 12
Crème Peppermint.. . . .	Litre 12 13.00
Eau de Vie Dantzick.. . . .	Litre 12 14.00
Fine Prunelle	Stone jar 12 14.00
Kirsch vieux.. . . .	Litre 12 13.00
Kummel	1/2 Litre 12 11.00
Liqueur jaune	Litre 12 14.00
Liqueur jaune	1/2 Litre 24 15.00
Liqueur verte	Litre 12 14.50
Liqueur verte.. . . .	1/2 Litre 12 15.50
N'importe quoi	Litre 12 12.50
Gaston Gaudin Fils.	
La cse	
Cherry Brandy.. . . .	qts. 6.50
Cherry Whiskey	qts. 6.50
Blackberry Brandy	qts. 6.50
Apricot Brandy.. . . .	qts. 6.50
Liqueur des Pères Chartreux	
de Tarragone.	
Liqueur Jaune	12 litres 23.00
Liqueur Jaune	24/2 " 24.50
Liqueur Verte	12 " 27.50
Liqueur Verte	24/2 " 29.00

Jules Lamothe.	qts.	pts.
Cherry Whiskey	9.00	
Melrose Drover Ltd.		
Cherry Whiskey.. . . .	11.00	

Frédéric Mugnier.	qts.	pts.
Crème de Menthe Verte.. . . .	11.00	
Cherry Brandy.. . . .	11.00	
Cacao l'Hara à la Vanille	12.50	
Kirsch * * *	11.00	
Prunelle de Bourgogne.. . . .	12.50	
Crème de Framboises.. . . .	12.25	
Fine Bourgogne, 12 lit.. . . .	20.00	
Crème de Cassis.. . . .	11.00	
Fine Bernard.. . . .	15.00	
Grenadine.. . . .	8.50	
Anisette.. . . .	11.00	
Kumel.. . . .	12.00	

Tournil & Fleury.	qts.	pts.
Anisette	8.40	
Crème de Menthe	8.00	
Crème de Cacao	8.00	
Crème de Cassis	8.00	
Curacao	8.00	
Sirop Grenadine	6.00	

Chartreuse St-Denis		
Verte	10.50	11.50
Jaune	10.50	11.50

Pollen & Zoon		
Anisette	9.00	
Curacao	12.00	13.00
Kummel	12.00	
Persico	10.50	
Parfait Amour	10.50	
Crème de Menthe	10.50	
Crème de Vanille	10.50	

G. Terrand.		
Petite Chartreuse.. . . .	18.00	19.00

Gabriel Viard, Troyes, France.		
	12	24/2
	litres	litres
Chartreusette jaune	22.00	24.00
Chartreusette verte	24.00	26.00
Pur Abricot [the genuine]	28.00	30.00
Marasquin, bout. d'origine	22.00	24.00
Viardictine de l'Abbaye St.		
Urbain	20.00	22.00
Curacao, triple sec	20.00	22.00
Peppermint [Menthe verte]	20.00	22.00
Cassis Imperator	20.00	22.00
Crème de Cacao, Schouwa		
à la vanille	20.00	22.00
Crème de Moka	20.00	22.00
Anisette Extra fine, Cru-		
chons ou flacons	20.00	22.00
Curacao quadruple sec	22.00	24.00
Pour ordres d'importation, 25 caisses		
minimum, s'adresser aux agents.		

Wilson.		
Blackberry Brandy.. . . .	qts. 9.00	pts.

Wynand Fockink.		
Anisette Blanche.. . . .	10.00	
Crème de Thé	10.00	
Crème de Vanille.. . . .	10.00	
Crème de Cacao	10.00	
Crème de Mocha	10.00	
Crème de Violettes	10.00	
Curacao Orange.. . . .	10.00	
Curacao Blanc.. . . .	10.00	

MADERE		
Blandy Bros		La cse
Very Superior... ..	8.50	
Special Selected	10.50	
London Particular.. . . .	13.00	

Cossart, Gordon & Co.		
Au gallon.. . . .	2.50 à 9.00	
Manuel Pico.		
Au gallon.. . . .	3.50 à 4.50	
Rutherford & Browne.		
Au gallon.. . . .	de 2.50 @ 10.00	

MALAGA		
Blandy Bros.		La cse
Etiquette Bleu — pâle-doux.	7.50	
Etiquette Blanc—pâle.. . . .	10.00	

Adolfo de Torres y Hermanos. . .		
Au gallon.. . . .	de 2.50 @	5.00
J. Pron & Cie.		
Au gallon.. . . .	4.75	

MOSELLE

Deinhard & Co.	qts.	pts.
Brauenberger.. . . .	9.00	10.00
Piesporter	10.00	11.00
Berncasteler Doctor.	15.00	16.00
Crown Sparkling... ..	18.50	20.00
Nonpareil Sparkling... ..	24.50	26.00

Feist Bros. & Sons.	qts.	pts.
Zeltinger.. . . .	1892.. 7.25	8.25
Braünberger.. . . .	1892.. 10.50	11.50
Berncasteler Doctor.	1889.. 17.00	18.00
"Silver Star" Sparkling.	18.50	20.00

Frederick Krote.	qts.	pts.
Sparkling.. . . .	16.00	17.00

Kock, Lauteren & Co., [fondée en 1719].		
	qts.	pts.
Zeltinger... ..	8.50	9.50
Brauenberg... ..	12.00	13.00
Pisport.. . . .	13.00	14.00
Scharzberg — 1895.. . . .	18.00	
Sparkling Moselle.. . . .	18.00	19.50

Johann Schlitz		
Winneger	6.00	7.00
Braünberger	8.50	9.50
Sparkling	17.00	18.00
Hocheimer	17.00	18.00
Cabinet	23.00	25.00

Joh. Bapt. Sturm.		
Sparkling Moselle... ..	15.50	17.50
Sparkling Hock... ..	15.50	17.50

P. J. Valckenberg, Ltd. Worms R		
Piesporter	8.50	9.50
Zeltinger	9.00	10.00
Braünberger	15.00	16.00
Berncasteler Doctor	16.50	17.50

MUSCATS

J. Pron & Cie.		
Au gallon	3.00	

OLD TOM

Boords.		La cse
Old Tom.. . . .	7.25	
London Dry... ..	7.25	

Booth		
London Dry	8.00	
Old Tom	8.00	

Club		
Old Tom.. . . .	6.50	
Old Tom au gallon	3.00	

Cold & Co.		
Marque Beaver	Qts. 5.75	
Marque Beaver	Pts. 6.75	
London Dry	Qts. 6.00	
London Dry.. . . .	Pts. 7.00	

Colonial		
London Dry.. . . .	6.50	

Gordon		
London Dry... ..	7.50	
Old Tom.. . . .	7.50	

Hill's & Underwood.		
London Dry	7.50	
Old Tom	7.50	

Imperial Wine Co.		La cse
London Dry.. . . .	6.50	
Old Tom.. . . .	6.50	

Thorne.		
Old Tom.. . . .	7.50	
London Dry... ..	7.50	

Wilson		
Royal Crown Old Tom.. . . .	6.50	
Au gallon.. . . .	2.00 @ 3.00	

OPORTO

Commendador Feuerheerd.		
Au gallon	\$2.75 à \$ 9.00	
Caisse	16.00	

J. W. Burmester		La cse
Royal.. . . .	5.00	
Crusado	6.00	
Rich Douro... ..	9.00	
White Port.. . . .	11.00	
Old Crusted.	12.00	
Royal Dry Superior	18.00	

J. M. Caselles y Tarrats		
Au gallon..	1.00 à 1.50	
Cockburn, Smithes & Co.		
Tawny..	La cse. 16.00	
Au gallon..	2.75 @ 7.00	
Croft & Co.		
Au gallon..	2.40 @ 7.50	
A la caisse	7.00 @ 24.00	
Geo. H. Delaforce.		
"Trocadero"...	qts. la cse. 9.00	
Robt. Delaro & Co.		
"Antique"...	qts. la cse. 7.00	
Guimaraens & Co.		
Invalid's Reserve..	La cse. 7.50	
Au gallon..	2.25 @ 5.50	
Hunt, Roope, Teage & Co.		
Au gallon..	2.00 @ 5.50	
Oliva Morez y Ca.		
Old Tawny	5.50	
MacKenzie & Co. Ltd.		
Au gallon..	2.50 @ 10.00	
Robertson Bros. & Co.		
Medal Port No 1	16.00	
Medal Port No 2	13.00	
Favorita Oporto	8.00	
Au gallon..	1.50 @ 6.50	
Sandeman & Co.		
Superior Old..	12.00	
"Club"...	18.00	
"1890"...	25.00	
Au gallon..	2.50 @ 15.00	
T. G. Sandeman & Sons.		
Au gallon..	2.75 @ 9.00	
Silva & Cosens.		
Dow's Admiral..	La cse. 16.50	
Au gallon..	2.50 @ 14.00	
	La cse	
T. Ventura et C ^{ie}	4.50	
Manuel Foster	6.50	
Garcia Hijos	8.50	
A. Rizat et Cie	2.50	

PORTER ANGLAIS

S. Allsop & Sons	qts. pts.
Guinness.	2.55 1.60
Read Bros. "Dog Head"...	2.60 1.65
E. & J. Burke, bottling..	2.60 1.65
Machen & Co.	
Marque Pelican	2.60 1.65
Machen & Hudson.	
Marque "Beaver"...	2.50 1.50

RHUMS

Boivin, Wilson & Cie.	qts. pts.
Black Joe	8.00 9.00
No 7...	7.00 8.00
Marie Brizard & Roger.	qts. pts.
Ste-Croix..	12.00
P. S. Clément..	11.00
Jamaïque au gallon..	5.00
E. & J. Burke,	qts. pts.
Jamaica..	9.50
Dandicolle & Gaudin.	
Lion	8.00 9.50
Royal	0.00 11.00
St-Marc	0.00 9.50
Tom & Topsy	7.50 8.50
Sambo	7.25 8.25
Diamant Noir	La cse
Quarts	7.75
Diamantin.	
Quarts...	8.00
Habitation L'enfant noire [Martinique]	La cse
Litres..	13.00
½ Litre..	10.50
Galibert & Varon, Bordeaux, France.	Qts. Pts.
Rhum authentique [Kaïopa	
Habitation]	10.50 12.50
Vieux Rhum [Galibert &	
Varon]	12.00 14.00
Vieux Rhum Carmencita	
[Jamaica]	13.00 15.00
Pour ordres d'importation, 30 caisses	
minimum, s'adresser aux agents.	

H. G. Kewney & Co.	qts. pts.
Old London Dock—1Etoile	7.75
Old London Dock—3 Etoiles	8.75
Red Heart.	qts. pts.
A la caisse...	10.50
Navy Reserve	
Jamaica	9.00
J. B. Sherriff & Co.	
Marque "Bell"...	9.00
Marque "Bell", 36 o. p. au	
gallon..	5.00
Marque "Blue Star", 36	
o. p. au gallon..	4.75
Talbot Frères.	qts. pts.
"Fine Fleur"....	8.00 9.00
"Fine Fleur" ½ pt..	10.00
Lilacs....	7.50
Thorne.	qts. pts.
Marque "Lion"...	8.00
Liquid Sunshine..	9.50
Uncle Tom.	La cse
Qts....	8.00
Flasks, 24...	8.00
Western Glow	7.50

SAUTERNES

A. Balayé & Cie.			
Graves	4.25	5	25
Graves — au gallon.. .. .	1.10		
Barton & Guestier.	qts.	pts	
Haut Sauterne... .. .	12.50	13	50
Graves	6.00	7	00
Barsac... .. .	8.75	9	75
Château Yquem.. .. .	24.00	25	00
J. Calvet & Cie.	qts.	pts.	
Graves.. .. .	5.25	6	25
Sauternes.. .. .	5.50	6	50
Haut Sauternes .. . 1901...	11.50	12	50
J. Dutrenit & Cie.	qts.	pts.	
Graves... .. .	3.50	4	50
Faure Frères.	qts.	pts.	
Sauterne.. .. .	4.00	5	00
Sauterne... .. .	5.00	6	00
Haut Sauterne.. .. .	8.00	9	00
Château Barsac.. .. .	6.50	7	50
Château Yquem... .. .	15.00	16	00
L. Gaudin & Cie.	4.50	5	00
A. Guilhou Frère Aîné			
Sauternes	4.50		
Haut Sauternes	6.00		
Graves Martillac	5.00		
Jimenez & Lamothe.			
Sauternes.. .. .	6.00	7	00
Nathaniel Johnston & Fils.			
Barsac... .. .	6.00	7	00
Sauternes... .. .	6.00	7	00
Graves... .. .	6.00	7	00
Haut Sauternes.. .. .	11.50	12	50
Château Yquem.. .. .	20.00	21	00
A. Lacoste & Fils			
Sauterne	3.00	4	00
A. Lalande & Cie.			
1890 Graves.. .. .	4.80	5	80
1888 Barsac.	5.20	6	20
J. Latrille.	5.25	6	00
Lecompte & Morel	2.75	3	25
Vigneau & Cambours	3.50	4	00
Vigneau & Cambours, Haut..	4.00	4	50
Louis Maignan & Co.	3.25	4	25

SHERRIES

D. Goni Feuerheerd.		
Au gallon	2.00 à \$ 9.00	
Caisse	16.00	
Alvarez & Co.	au gallon..	1.25
Blandy Bros.		
Manzanilla..	La cse....	8.50
Amoroso..	La cse....	11.00
J. M. Caselles y Tarrats.		
Au gallon..	1.00 à 1.50	
F. W. Cosens & Co.		
Au gallon..	de 2.00 @ 10.00	
Richard Davies.		
Au gallon..	1.50 @ 5.00	
Pedro Doméq,	au gallon 1.25 @ 9.00	

Manuel Gamboa Ramirez.		
Au gallon	1.25 @ 4.50	
A la caisse	4.50 @ 12.00	
Jose Gomez	La cse	8.50
P. Juanito & Co.	La cse	6.50
Levert & Schudel — au gallon..	1.25	
Mackenzie & Co. Ltd.		
Au gallon..	1.50 @ 10.00	
M. Misa — au gallon..	1.50 @ 6.00	
Oliva Morez y Ca.	La cse	
Golden Sherry	5.50	
J. P. Pémartin.		
Au gallon..	de 2.00 @ 15.00	
Robertson Bros. & Co.		
Amontillado	La cse....	16.00
Manzanilla	La cse....	13.00
Olorozo	La cse....	8.00
Au gallon..	1.75 @ 7.50	
Sauche Hermanos	La cse	4.50
Sanchez, Romate, Hermanos.		
Royal..	La cse....	5.00
Favorita..	La cse....	6.00
Club - 1870...	La cse....	9.00
Amontillado...	La cse....	12.00
Orange..	La cse....	8.00
Au gallon..	1.50 @ 5.00	
Sandeman Buck & Co. (Julian Pémartin)		
Pale Dry..	La cse.	12.00
Montilla Fino, very dry.	La cse.	12.00
"Club"...	La cse.	18.00
Selected Old..	La cse.	36.00
"Jubilee"...	La cse.	50.00
Au gallon..	de 1.50 @ 10.00	
Sobrinos de Vda X. Harmony y Ca.		
Vin Sherry, gallon	0.90 à \$8.00	
A. R. Valdespino & Co.		
Au gallon	de 1.25 @ 6.50	
A la caisse	de 5.00 @ 15.00	
B. Vergara.		
Au gallon..	1.50 @ 4.50	

TARRAGONES

Bonsom & Cie.		
Au gallon..	85c à 1.20	

VERMOUTH

	La cse
Cte Chazalette & Co.	7.00
E. Martinazzi & Co. [Italien]	6.50
Martini et Rossi.. (Italien)..	7.50
Noilly, Pratt & Co.	7.00
Freund Ballor & Co. [Italien]..	6.75

VINS DE PORTO

Wiese & Krohn, Oporto, Portugal.		
Tinto Novo No 1	gallon	1.50
Caisse 12 qts.		5.50
Tinto Novo No 2	gallon	2.15
Ligitimo No 1	gallon	2.50
Caisse 12 qts.		7.50
Particular	gallon	3.00
Invalid Port	cse 12 qts.	8.00
Pour les grandes marques, s'adresser		
aux agents.		

VIN DE GINGEMBRE

Boivin, Wilson & Cie.	La Cse
Quarts	4.50
Au gallon	1.20
Cold & Co.	4.00

VIN DU RHIN

Deinhard & Co.	qts.	pts.
Laubenheim	7.00	8.00
Nierstein	8.50	9.50
Rudesheim	15.50	16.50
Liebfraumilch	17.00	18.00
Hockheim	18.00	19.00
Marcobrunn	21.50	
Johannesberg	25.00	
Steinwein [cruchons]. . .	11.00	12.00
Sparkling Hock	17.50	19.00
Feist Bros. & Sons.		qts.
Laubenheimer	1893..	6.75
Niersteiner	1893..	7.00
Rudesheimer	1893..	9.75
Hochheimer	1893..	10.50
Original Liebfraumilch. . .	1893..	12.50
Steinwein in Bocksbeutel, .	1893..	12.50
Raenthal, own growth..	1893..	14.50
Pints: \$1.00 extra la cse.		

Frederick Krote	qts.	pts.
Laubenheimer...	5.75	6.75
Niersteiner...	6.75	7.75
Rudesheimer...	10.00	11.00
Hochheimer...	10.00	11.00
Steinwein...	11.00	12.00
Liebfraumilch...	14.50	15.50
Johannisberger...	17.00	18.00
Royal Scharzberg...	20.00	21.00
Sparkling Hock, blanc	16.00	17.00
Sparkling Hock, rouge	18.00	19.00

Kock, Lauteren & Co., fondée en 1719.

	qts.	pts.
Laubenheim...	7.00	8.00
Bodenheim...	7.50	8.50
Nierstein...	8.50	9.50
Steinwein in Boxbeutel...	11.00	
Rudesheim...	15.00	16.00
Liebfraumilch...	15.00	16.00
Giesenheim...	16.00	17.00
Hochem...	18.00	19.00
Johannisberg...	21.00	22.00
Claus Johannisberg—1893	30.00	
Sparkling Hock...	18.00	19.50

Johann Schlitz.		
Bodenheimer...	6.00
Hohnheimer...	6.50
Laubenheimer...	7.00
Niersteiner...	8.00
Oppenheimer...	9.00
Hochheimberg...	9.50
Johannisberg...	15.00

Joh. Bapt. Sturm.		
Winniger...	6.75	7.75
Niersteiner...	7.75	8.75
Hockheimer...	9.00	10.00
Rudesheimer...	9.00	10.00
Liebfraumilch...	14.00	15.00
Rudesheimer Berg...	15.50	16.50

F. J. Valckenberg, Ltd. Worms R		
Laubenheimer...	7.50	8.50
Niersteiner...	9.00	10.00
Rudesheimer...	12.50	13.50
Liebfraumilch—1893	18.50	19.50
Johannisberger—1893	25.00	26.00

VINS TONIQUES

Biquina		8.00
Castro.	La cse	
1 Seal port...		5.00
3 Seal port		6.00
Dubonnet.	La cse	
Litres...		12.00
Red-Heart...		9.00
Vin Mariani...		10.00
Vin St-Michel...		8.50
Vin Vial		12.50
Vino Don Lorenzo...		7.00
Violet Frères, Byrrh Wine.		
Litres...		11.00
La bouteille		1.00
Wilson's Invalid's Port...		8.00

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye.	La cse	
Screw top, 16 flasks		6.00
Screw top, 24 flasks		6.35
Screw top, 48 flasks		7.25
Glass stop, 24 flasks		6.50
Glass stop, 48 flasks		7.50
Perfection Brand Rye.		
Glass stop, 32 flasks. Amber		6.50
Rock & Rye		12 qts. 7.00
Rock & Rye		24 flks 8.00

Monopole Rye.		
Quarts...		7.00
16 flasks...		7.50
24 flasks...		6.50
32 flasks...		8.00
48 flasks...		9.00

Parker's.	High Wines 50. o. p.	gal.
En quarts...		3.90
En 1-2 quarts...		3.95
Quantités moindres...		4.00

Recreation		
Flasks		8.00

Quarts	5.00
Imp. Flasks	Qts. 7.00
Imp. Flasks	Pts. 5.50
Imp. Flasks	1/2 Pts. 6.00

Red Selter 1895	La cse	
Quarts		8.00
Special Quarts		7.00
Special Imp. Pints		9.50
Special Imp. 1-2 Pints		8.00
Special Flasks		8.00

Royal Rye	La cse	
Quarts...		7.00
16 flasks...		7.50
32 flasks...		8.00
48 flasks...		8.50
Crème de Menthe		90.00

Shield Rye	La cse	
Quarts		6.00
16 flasks		6.50
32 flasks		7.00
48 half flasks		7.50

Jos. E. Seagram.	La cse	
"Star" Rye		qts.
"Star" Rye		Flasks, 32s.
"Star" Rye		Flasks, 64s.
White Wheat		qts.
White Wheat		Flasks, 32s.
No. "83" Rye		qts.
No. "83" Rye		Flasks, 16s.

Hiram Walker & Sons.	La cse	
Canadian Club, 5 years old.		qts. 9.00
Canadian Club...		Flasks, 16s. 9.50
Canadian Club		1/2 Flasks, 32s. 10.00
Imperial		qts. 7.50
Imperial		Flasks 16s. 8.00
Imperial		1/2 Flasks 32s. 8.50
	augal.	
Canadian Club—5 years old...		3.60
Imperial		2.90
Rye		25 U. P. 2.25
Malt		25 U. P. 2.25

Wilson	La cse	
Empire Rye...		qts. 8.00
Empire Rye...		flasks. 9.00
Empire Rye...		1/2 flasks. 10.00
Liquid Sunshine...		7.00 9.00
Moonlight...		qts. 6.00
Moonlight...		Flasks 16s. 6.50
Moonlight...		Flasks 32s. 7.00
Moonlight...		Flasks 36s. 7.25
Moonlight...		Flasks 64s. 8.00

J. P. Wiser & Sons, Ltd.		
Recreation	La cse	
12 Bout. Rondes...		qts. 5.00
12 Flks.		Imp. qts. 7.00
16 Flks.		Imp. pts. 5.50
32 Flks.		Imp. 1/2 qts. 6.00
36 Flks.		Travellers 6.00

Canada Whiskey	La cse	
12 Bout. Rondes		qts. 7.00
20 Flks.		Imp. pts. 8.50
32 Flks.		Imp. 1/2 pts. 8.00
60 Flks.		Imp. 1/2 pts. 8.00

Red Letter	La cse	
12 Bout. Rondes		qts. 8.00

Whiskey Clair	La cse	
12 Bout. Rondes		qts. 5.00

H. Corby Distillery Co.	La cse	
I. X. L.		qts. 8.07
Purity, Flasks, 32s		7.65
Purity, Flasks, 32s		7.65
Corby's Canadian Rye...		qts 5.40
Corby's Canadian Rye, Flasks		
32s		6.00
Corby's Whiskey Blanc		qts. 5.50

WHISKEY ECOSSAIS

James Ainslie & Co.	1 cse	5 cses
O'Gilvie, quarts.		7.00 6.75
O'Gilvie, 24 flasks...		7.75 7.50
O'Gilvie, Imperial quarts.		9.50
Ainslie, Yellow label...		9.00
Ainslie, Ord. flasks.		10.25
Ainslie, Imperial quarts		13.50
Ainslie, White label		9.75

Ainslie, Special...	10.50
Ainslie, Extra Special...	12.50
Ainslie, Clynelish [Smoky]...	13.00

John Begg	La cse	
Capsule rouge		9.50
Capsule blanche		10.50
Capsule bleue		12.50
Special Reserve		13.00

Big Ben.		
Quarts [10 years old]		11.00 10.75

Balmoral.		
Quarts...		7.50
Pts...		8.50
24 flasks...		8.50
12 Imp. Flasks...		11.00
24 Imp. 1-2 flasks...		11.50
Au gallon...	6 à 7 O. P.	3.90 @ 4.25

Bullock, Lade & Co.	La cse	
Loch Katrine...		qts. 7.50
Loch Katrine		32 Flasks. 9.50
Loch Katrine. Imp. Qt. Flasks...		11.00
Special White Label...		9.50
Extra Special Gold Label...		11.00

Burns, Leslie & Co.		
Glenell...		qts. 6.00

Peter Dawson	La cse	
Perfection...		9.75
Special...		10.50
Extra Special...		9.50
Liqueur...		12.25
Old Curio, 20 years old		15.00
Au gallon...		4.00 @ 7.00

John Dewar & Sons, Ltd.	La cse	
Dominion Blend...		qts. 8.75
"Special"...		qts. 9.25
Blue Label...		qts. 9.75
Special Liqueur [W. Label]		qts. 12.50
Extra Special Liqueur...		qts. 16.50
5 cses d'une sorte ou assorties, 25c la cse en moins.		

Roderick Dhu	La cse	
Quarts...		9.50

Alex. Ferguson & Co., Glasgow, Ecosse.	La cse	
Fine et vieille liqueur 20 ans d'âge		15.00
Club Liqueur		13.50
P. & O. Special Liqueur, 10 ans d'âge		10.00
K. T. [la marque la plus populaire]		9.50

Graham, Davy & Co.	La cse	
Loch Carron...		qts. 6.50

Greenless Bros.	La cse	
King Edward VII... Ext. Sp.		qts. 9.50
King Edward VII... Sp. Liq.		qts. 12.00

Griffiths, McAllister & Co.		
Bonnie Doon		
1 caisse...		10.25
5 caisses...		9.75
10 caisses...		9.50

Glenfinnart		
1 caisse...		10.75
5 caisses...		10.50
10 caisses...		10.00

Haig & Haig	La cse	
★★★★...		9.50
★★★★...		15.00
Liqueur...		16.00
Bleu Blanc Rouge...		9.50

J. & R. Harvey.	La cse	
R. O. S...		12.50
Fitz James...		10.00
Hunting Stewart...		9.00
Jubilee...		8.50
Old Scotch...		7.50
Au gallon...		3.65 @ 5.50

Wm. Hay, Fairman & Co.	La cse	
Hay's finest...		Sq. qts. 7.75
Hay's old		Rd qts. 6.75
Hay's old...		24 flasks 7.50
Hay's old		32 sq. flasks 7.50
Hay's old		Imp. qts. flasks 10.00

D. Heilbron	La cse
Hillburn Blend.. . . . qts..	7.50
King's Liqueur.. . . . qts..	10.00
John Hopkins & Co.	La cse
"Old Mull" Blend.. . . .	9.50
"Navy Liqueur" V. O. S.. . .	12.00
Melrose, Drover & Co.	Le gal
1 étoile.. . . .	4.00
2 étoiles.. . . .	4.25
3 étoiles.. . . .	4.50
4 ét.. . . .	4.75
5 étoiles.. . . .	5.00
Mitchell Bros.	La cse
Mullmore 12 Btles. qts..	6.50
Mullmore 24 Imp. qts. Flasks..	10.50
Glen Ogle 12 Btles rdes . . . qts..	8.00
Heather Dew 12 Btles. rdes qts..	8.00
Heather Dew 12 Imp. Oval Flks.	
qts..	11.25
Special Reserve 12 Btles. rdes..	9.00
Finest Old Scotch 12 Btles. rds..	12.50
Grey, Beard 12 jars. Imp. qts..	12.50
E. S. L. Decanters	9.50
Robert Dale, 12 qts.	5.00
	Au gal.
Old Scotch Proof Quarts.	3.50
Heather Dew Proof Quarts.	3.65
Special Res. Scotch Proof. Qts.	4.00
Special Res. 15 U. P. Quarts.	3.50
Extra Spec. Liqueur Proof. Qts.	4.75
Wallace Moir,	
Imperial Quarts.	12.00
Hugh McAdam & Co.	La cse
Imp. Oval qts.	7.50
Ord. Oval qts.	5.50
Ord. Oval pts.	6.50
24 Flasks, Stoppers	6.50
48 ½ Flasks, Stoppers	7.50
Hugh McAdam & Co.	
32 Flasks, stoppers	7.00
Alex. McArthur & Co.	
Quarts	7.50
Flasks	8.50
Imp. Quarts	11.00
D. P. McDonald & Sons.	La cse
Long John, extra quality.	10.00
Long John, exhibition.	12.50
James McNeil.	La cse
Imperial Oval.. . . . qts..	8.00
Quarts.. . . .	6.00
Pints.. . . .	7.00
24 flasks, Screw top.	7.00
32 flasks, Screw top.	7.50
48½ flasks, Screw top	8.00
5 cses à la fois, 25c. en moins.	
Red Cross.	La cse
Quarts	6.25
24 Flasks	6.75
48 1-2 Flasks	7.75

John Robertson & Son	Le gal.
	Droits payés
No 1—Fine Old	3.43
No 2—"Special"	3.68
No 3—Old Highland	3.96
No 4—Old Dundee	4.28
No 5—Old Private John	4.71
No 6—Liqueur	5.16
No 8—Dundee Finest	5.96
	La cse.
Private Stock John Robertson	12.50
J. R. D. "Star"	9.50
Duncan McIntosh	7.50
Robertson, Sanderson & Co.	
"Glenleith" [8 years old]. la cse.	9.00
"Glenleith" 5 O. P. le gal.	4.75
"Glenleith" 15 U. P. le gal.	4.00
"Mountain Dew," full flavor. cse.	9.50
	la cse
"Mountain Dew," cruchons terre.	
8 Imp. qts.	12.00
"Mountain Dew," cruchons terre,	
12 Imp. qts.	13.00
"Mountain Dew," 4 O. P. le gal.	4.75
Special Liqueur .. [15 years old].	12.50
Old Private Stock, [20 years old].	17.50
Ian McPherson	le gal
Craigdhun.. . . . 10 O. P....	4.00
Dhuloch 9 O. P....	4.10
Special Blend. 8 O. P....	4.25
Special Blend.. . . . 15 U. P....	3.75
Ross Glen.	La cse
12 Quarts.. . . .	6.75
32 Square Flasks.... .	8.50
48 Square Flasks	8.00
12 Imp. Quart. Oval Flasks....	10.50
24 Imp. Pint. Oval Flasks....	11.00
48 Imp. ½ Pint Oval Flasks....	12.50
Royal Lochnagar	La cse
O.	9.50
OOO.. . . .	10.00
Scotch Marchant	La cse
Special Old Highland Whisky. .	10.00
par 5 caisses.. . . .	9.75
par 10 caisses	9.50
J. B. Sherriff & Co.	La cse
Old Islay.. . . .	10.00
V. O. Islay.. . . .	10.25
Islay, 10 o. p. au gallon.. . . .	4.25
Islay V. O. preuve, au gallon..	5.25
Whisky Ecossais	
Strathcona	9.50
Stuart, Campbell, & Co.	
Quarts.. . . .	6.50
Flasks	7.50
1/2 Flasks.... .	8.50
Imperial Quarts.. . . .	9.50

John Walker & Sons.	La cse
Kilmarnock...	10.00
Wilson.	La cse
Braê-Mar.. . . . qts....	8.00
Braê-Mar. flasks....	9.00
Braê-Mar.... . ½ flasks....	10.00
Wright & Greig.	La cse
Premier.	12.00
Grand Liqueur.. . . .	20.00
WHISKEY IRLANDAIS	
E. & J. Burke.	La cse
Quarts.. . . .	8.50
Imperial Quart flasks	12.00
Pat Fagan & Co.	La cse
Quarts	8.50
Findlater.	La cse
A 1.	9.50
D. W. D.	La cse
1 Shamrock.. . . .	9.75
3 Shamrocks...	10.75
Wm. Hay, Fairman & Co.	La cse
Hay's Old Rd qts.	6.75
Hay's Old.. . . . 24 flasks.	7.50
Hay's Old 32 flasks.	7.50
Hay's Old Imp. qt. flasks.	10.00
Janishannon.. . . .	1.50
John Jameson & Son.	La cse
1 étoile	9.50
3 étoiles.	11.25
William Jameson.	La cse
1 harpe...	9.75
3 harpes...	10.75
McConnell's	
★ Qts.	9.00
★★★ Qts.	10.75
Special Liqueurs Qts.	12.50
Mitchell Bros. Ltd.	La cse
Old Irish 12 Btles. rdes . . . Qts.	6.50
Spec. Irish 12 Btles. rdes . . . Qts.	9.00
Cruiskeen Lawn jars, Impl. Qts.	12.50
Aussi flasks et 1-2 flasks à avance ordinaire.	
	Au gal.
Old Irish Quarts	3.65
Special Irish Quarts	4.75
Wm. O'Boone & Sons	
12 Imperial Oval Quarts	9.00
12 Ordinary Quarts	6.50
24 Pints	7.50
24 Flasks, stoppers	7.50
48 1-2 Flasks, stoppers	8.50
Old Bushmill.	La cse
★...	9.50
★★★...	12.00
Special Malt...	10.50
George Roe & Co.	La cse
★	9.75
★★★	10.75
St-Kevin La cse.	8.00
Kilkenny.. . . . La cse.	6.50

LA DISCIPLINE DANS LE MAGASIN

Faites attention à ce que vous faites et à ce que vous dites dans le magasin en présence de vos commis. Donnez le bon exemple. Le marchand qui ne surveille pas son langage et ses actions ne recevra pas, de la part de ses commis, les marques de respect auxquelles il a droit; dans la plupart des cas, les commis suivront son exemple et ne prendront pas garde à ce qu'ils disent ni à ce qu'ils font en servant la clientèle. Exigez toujours un langage respectueux de la part de vos commis, quand ils vous adressent la parole.

Cela sonne mal d'entendre un commis

appeler, en criant, le propriétaire, du fond du magasin, quand il désire que ce dernier débâte une question avec un client. Faites comprendre au commis qu'il doit venir vous trouver et se rapprocher assez de vous pour n'avoir pas à élever la voix.

Nous avons souvent entendu un commis désirant la présence de son patron, l'appeler de la façon suivante : "Dites, Bill, venez donc ici s'il vous plaît". Ce genre d'appel crée une mauvaise impression. Dites bien à vos employés qu'ils devront vous appeler M. Un Tel et non crier après vous. Quand ils auront besoin de vous. Cela peut être obtenu fa-

cilement, si le chef de l'établissement parle à ses employés en leur disant : M. Un Tel. Cette forme de politesse empêche aussi le développement d'une familiarité déplacée entre un marchand et ses commis.

Nous ne voulons pas dire qu'un patron doive se montrer arrogant et traiter de haut ses commis. Il doit les traiter avec bienveillance, mais fermement. Les employés respecteront davantage leur patron et celui-ci aura une discipline meilleure dans son magasin; il aura, dans la communauté, la réputation d'un marchand capable, ayant de la dignité de caractère.



LETTRE DE LA HAVANE

Notre correspondant de la Havane nous écrit à la date du 12 décembre :

Monsieur l'éditeur de "Liqueurs et Tabacs", Montréal

Cher monsieur:—

D'après les nouvelles reçues des différents districts de la culture du tabac dans l'île de Cuba, les plantations, par leur superbe apparence et la splendide croissance des plants, méritent une visite. La beauté des plantations fait que tout le monde oublie presque les désagréments des deux derniers mois, quand on voit la vigueur des plants et leur apparence de vie.

Si, dans le présent mois, les nuages veulent nous faire un cadeau de Noël, sous forme de pluie, pour une journée seulement, nous pourrions nous considérer comme certains d'obtenir une forte récolte sous le rapport du nombre de balles, de même qu'au point de vue de la qualité.

De toutes façons, la prochaine récolte sera, à en juger d'après les plantations existantes, d'une forte production, double probablement de celle de l'année dernière, ce qui est d'ailleurs à désirer.

Chacun des mois passés confirme, de manière à ne laisser aucun doute, car les chiffres sont d'une logique irréfutable, le fait que cette année a été, et est un progrès constant au point de vue de l'industrie du tabac.

Ce progrès que nous remarquons dans l'industrie du tabac est très naturel. On le constate par la grande consommation signalée dans les statistiques publiées relativement aux cigares faits à Cuba, et exportés.

Depuis le 1er janvier jusqu'au 30 novembre 1906, nous avons exporté dans les différents marchés du monde, 235,404,493 cigares, contre 212,640,801 cigares exportés dans la même période de 1905. Il en résulte une augmentation, pour l'exportation des onze mois passés de cette année, de 22,763,692 cigares.

Parmi les pays qui ont le plus augmenté leur importation, je mentionnerai les Etats-Unis, qui ont pris de nous, durant les onze mois allant de janvier à novembre 1906, l'important total de 72,070,407 cigares, contre 60,401,140 cigares qu'ils

ont importés dans les même mois de 1905. Il en résulte en conséquence une augmentation de 11,669,267 cigares en faveur de notre exportation de 1906.

Les chiffres ci-dessus seront considérablement augmentés à la fin de ce mois, en raison des ordres spéciaux reçus des Etats-Unis et du Canada, pour expéditions une semaine avant Noël et le Jour de l'An.

Les manufactures indépendantes et quelques-unes de celles du trust n'auront pas surabondamment de temps, je le crains, pour remplir les ordres déjà reçus et dont l'expédition est attendue.

Les premières travaillent à toute leur capacité. Citons: "Romeo & Julieta", de R. Arguelles & Co.; "La Escepcion" de Vda. de J. Xener; "Flor de Tabacas Partagas", de Cifuentes Fernandez & Co.; "El Eden" de C. Lopes & Co.; "Castaneda", de Tiburcio Castaneda; "Por Larranaga", de Antonia Lopez; "Ramon Allones", de Rabell Costa Vales & Co.; "El Modelo de Cuba", de Real Allones & Co.; "High Life", de Rafael Ga. Marques; "El Sol", de Behrens & Co.; "Lord Beaconsfield", de S. Alvarez & Co.; "La Diligencia", de Moreda & Co.; "El Rey del Mundo", de Diaz Herm & Co.; "Guardian", de R. Fernandez & Co.; "El Credito", de Calixto Mauri; "Redencion", de Fernandes Riveiro & Co.; "La Sirena", de Manuel Rodriguez; "La Capitana", de Juan Chao; "Flor de Alvarez", de José Alvarez; "La Miel", de Diaz y Valdes; "H. Upmann & Co.", du même nom; "La Belinda", de Lopez & Co.; "Flor de P. A. Estanillo", de F. Rodriguez & Co.; "Antilla Cubana", de Suavedra & Bros.; "Flor de Puro Habano", de Antonio Villamil; "Flor de Benito Suarez", du même nom; "El Crepusculo", de J. F. Rocha & Co.; "El Ecuador", de Nicolas Roig; "Flor de Alberto P. Reinoso", du même nom.

Parmi les marques du trust: "La Intimidad", "Manuel Go. Alonso", "El Aguila", Henry Clay & Bock Co.; H. de Cabanas & Carvajal; "Flor de J. S. Muriás & Co."; "La Rosa de Santiago", Villar y Villar.

OUVRAGES SUR LE TABAC

L'Institut Royal Expérimental des Tabacs de Scafati, Italie, vient de publier trois volumes vraiment remarquables et

dignes en tous points de trouver une place d'honneur dans la bibliothèque de tous ceux qui s'intéressent à la culture et à l'industrie du tabac.

Un volume est consacré aux variétés typiques du tabac (*Nicotina Tabacum* L.) il est dû à la plume du Dr G. Emilio Anastasia, expert de l'Institut Royal Expérimental de Scafati.

Les deux autres volumes, dont l'auteur est le Dr Achille Splendore, forment un ouvrage qui donne un Résumé descriptif et l'Iconographie des semences du genre *Nicotiana*; le 1er volume donne les descriptions et le 2e volume est consacré à l'illustration des semences de toute provenance.

Ces trois volumes sont d'une exécution typographique irréprochable et les illustrations qui abondent dans deux des volumes sont vraiment splendides.

L'Institut Expérimental de Scafati, dans le but de compléter sa collection d'échantillons, demande de petites quantités de graines des races de tabac des diverses régions de culture avec le nom bien exact des graines, du lieu de provenance et de l'usage des plantes. Contre cet envoi les publications de l'Institut seraient adressées à l'expéditeur.

Nous ne doutons pas que dans le nombre de nos lecteurs, il s'en trouvera plusieurs qui, aussi bien dans l'intérêt général que dans celui de l'Institut et le leur propre, répondront au désir exprimé par l'Institut Royal Expérimental des Tabacs de Scafati.

FORTE RECOLTE DE TABAC

On estime que les cultivateurs du comté de Leamington, Ontario, retireront au moins \$200,000 de la récolte du tabac de 1906. Cette récolte est forte et, bien que le prix de ce tabac soit exceptionnellement bas, certains cultivateurs s'attendent à retirer plus de \$100 par acre de terre plantée en tabac.

L'EVOLUTION DE LA CIGARETTE

Le journal "Cigar and Tobacco World", qui paraît en Angleterre, publie l'article suivant sur l'histoire de la cigarette. Bien que cette histoire concerne surtout le marché anglais, elle contient des renseignements intéressants pour les lecteurs de "Liqueurs & Tabacs".

Il n'existe probablement pas beaucoup de marchands de tabac qui pourraient se rappeler l'époque où la vente des cigarettes était une quantité négligeable ; mais, c'est un fait que vers l'année 1860 il était très rare de voir quelqu'un fumer une cigarette en Angleterre, sauf un étranger, un homme qui avait vécu longtemps dans un pays où c'était l'habitude de fumer, ou de jeunes gens qui faisaient leur premier essai du tabac. L'auteur de cet article a entendu plus d'une fois d'anciens commerçants dire qu'alors cette habitude n'était pas considérée comme de bonne société, et plus tard, que c'était une vogue qui ne durerait pas longtemps. Mais dans quelle situation se trouve ce commerce aujourd'hui ? Il est devenu une des branches les plus importantes du commerce du tabac et quand on considère le nombre de cigarettes fumées, c'est la branche la plus importante. Depuis les personnes de sang royal, jusqu'au gamin des rues, en passant par toutes les catégories de la population, chaque âge fournit ses consommateurs de la petite cigarette fascinante.

Depuis une quarantaine d'années, la consommation de la cigarette a passé des centaines aux millions, et la plus grande partie de ces cigarettes sont faites en Angleterre, où leur fabrication donne de l'emploi, non seulement à des milliers de fabricants de cigarettes, mais aussi à des ouvriers dont le commerce est étranger à cette fabrication, tels que les imprimeurs, les fabricants de boîtes, etc.

Les premières cigarettes

Les premières cigarettes se composaient d'un cylindre de papier brun, imitant la feuille de tabac, long de 2½ pouces et rempli de tabac en miettes ; le papier était replié sur lui-même à un des bouts, et portait à l'autre extrémité un fume-cigarette en roseau. Plus tard, le morceau de roseau fut remplacé par un tube en verre fait de manière à arrêter le jus de tabac et à l'empêcher d'entrer dans la bouche ; cette cigarette était connue sous le nom de cigarette "Crystal". Un perfectionnement plus grand consista en un fume-cigarette en carton, dont l'intérieur était en spirale, avec un filtre en laine de coton. Le tabac turc eut alors la vogue, et étant coupé en longs filaments, les cigarettes pouvaient avoir une extrémité ouverte, elles ne laissaient pas tomber la cendre, elles ne laissaient pas échapper d'étincelles, comme les cigarettes faites de tabac en miettes. Naturellement, le tabac turc était et est encore dispendieux ; aussi la consommation en était-elle limitée à ceux qui avaient le moyen de payer le prix demandé pour ce tabac.

Les cigarettes importées étaient les "Guatémala" et les "Havana". Les pre-

mières venaient de l'Amérique du Sud, elles étaient faites de la feuille de tabac indigène cassée en morceaux et roulée dans des enveloppes d'épis de maïs, au lieu de papier ; le paquet de vingt cigarettes était en outre enveloppé dans une de ces enveloppes d'épis. Les "Havana" étaient faites de déchets de cigares connus sous le nom de "picadura", roulés dans un papier plutôt grossier. Ce papier était replié sur lui-même à chaque extrémité et les cigarettes étaient également en paquets de 20, mais enveloppées dans un papier portant l'empreinte du fabricant. Ces deux variétés de cigarettes exigeaient qu'on les roulât de nouveau avant de les fumer, car leur enveloppe n'était pas gommée et n'était fixée que par le simple pliage des extrémités ; il fallait donc les tenir entre les doigts pendant qu'on les fumait, sans cela, elles se défaisaient. Un tel passe-temps ne faisait pas l'affaire des Anglais pratiques.

Les cigarettes La Ferme étaient originaires de Moscou, mais étaient aussi fabriquées dans une succursale de Dresde ; ces cigarettes étaient bien connues et très employées en Russie et en Allemagne quelques années avant leur introduction à Londres, en 1865, ville dans laquelle elles furent immédiatement appréciées. Au contraire des cigarettes alors en vogue, en Angleterre, la plupart des cigarettes La Ferme étaient presque aussi épaisses que le cigare ordinaire d'alors, et constituaient un article plus consistant à fumer que celles qui les avaient précédées. Ces cigarettes étaient faites de différentes qualités de tabac turc et étaient de trois forces différentes ; la variété "Samsoun" avait un plein arôme. Presque tous ces genres de cigarettes étaient ouvertes aux deux bouts, avec des fume-cigarette en carton ; mais les espèces les meilleur marché faites avec des déchets de tabac étaient fermées à l'extrémité par laquelle on les allumait. Certaines cigarettes de qualité supérieure n'avaient pas de fume-cigarette et pouvaient être fumées au moyen d'un fume-cigare ordinaire. Toutefois, la petite cigarette mince devint la favorite, en partie parce que le Prince de Galles, aujourd'hui roi d'Angleterre, avait lancé la mode de fumer l'espèce connue sous le nom de "Pheresli", qui avait un arôme délicat. Ces cigarettes étaient munies de fume-cigarette en carton et étaient en paquets carrés de 25. Le paquet était un carré de 1½ pouce de côté, ce qui donne une idée de la dimension de chaque cigarette.

Un des premiers monopoles

Pendant dix-huit mois environ, un marchand de tabac [qui était aussi un petit fabricant de cigares] faisait presque toutes les affaires en cigarettes "La Ferme" ; il en fournissait aux autres dé-

tailleurs et à quelques maisons de gros. Mais se rendant compte qu'on pouvait faire de fortes affaires là-dedans, d'autres marchands se mirent à en importer ; cela eut pour résultat de faire baisser les prix et d'augmenter la consommation à un tel point, que vers 1872, une maison bien connue d'articles de fantaisie s'assura le monopole pour les Iles Britanniques, en garantissant une production d'au moins \$100,000 par an. C'est une forte somme, mais cette maison fit comme elle avait promis, pendant une année ou deux. Ce qui devait arriver inévitablement arriva : une imitation des cigarettes "La Ferme" fut lancée sur le marché ; la maison en question intenta un procès à l'agent anglais de l'imitateur, et le perdit. Ce procès fit plus de mal que de bien au plaignant, au défenseur et aux cigarettes et celles-ci furent mises un peu de côté pour d'autres marques ou d'autres habitudes.

La cigarette orientale

Nous avons fait une courte allusion aux cigarettes turques. Un certain Théodoridi avait établi une petite manufacture, environ deux ans avant que les cigarettes "La Ferme" fussent connues, et il avait fait d'assez bonnes affaires qui plus tard se développèrent beaucoup dans l'article turc. Les deux grosseurs favorites étaient les cigarettes bien connues "Oxford" et "Cambridge" [à cette époque, il y avait 20 à 24 de ces cigarettes par once, mais l'achat et la vente au poids étaient alors inconnus] ; ces cigarettes n'étaient pas munies de fume-cigarette et étaient ouvertes à leurs extrémités, de même que l'étaient aussi les "Zetland" et les "Opéra" qui portaient des fume-cigarette en carton. Il y avait une bonne vente de ces marchandises, car bien qu'elles ne fussent pas d'un arôme aussi fin que les meilleures cigarettes "La Ferme", elles étaient moins dispendieuses, d'une qualité très convenable, et plus minces ; cette dernière qualification convenant à ceux qui voulaient ne tirer que quelques bouffées, par exemple dans les entr'actes au théâtre ; en outre, le goût pour les cigarettes augmentait déjà rapidement. D'autres Grecs, à Londres et à Manchester, se mirent dans ce commerce, avec plus ou moins de succès, mais la majorité réussit très bien et quelques-uns parmi eux, ou leurs successeurs, existent encore et produisent de très bonnes cigarettes.

La tabac Turc

Le marchand ne doit pas oublier que le tabac turc très fin est très coûteux et très dispendieux pour les consommateurs, clients du magasin ordinaire ; ceux-ci doivent donc se contenter de la qualité moyenne. Abandonnons pour un moment le sujet, des cigarettes, afin de faire quelques remarques sur le soi-di-

sant tabac turc, qui comprend non seulement le tabac cultivé en Turquie et dans la Turquie d'Asie, mais aussi les produits de la même espèce cultivée dans les états sud des Balkans. Il est inutile de dire qu'il y a de nombreuses variétés et qualités mises sur le marché sous des termes génériques. On substitue au véritable tabac turc du tabac provenant de la Grèce, du Japon et de la Chine, tous d'une couleur très pâle, très spongieux, mais bien inférieurs comme arôme à l'article authentique; en vérité, ils n'ont presque pas d'arôme. Les meilleures cigarettes turques sont importées en quantités très petites, et en général par des voyageurs, pour leur usage personnel [ceux qui ne sont pas marchands peuvent payer des droits sur n'importe quelle quantité, avec une légère amende]; il n'est pas douteux que c'est la cigarette la plus délicieuse que l'on puisse se procurer. En Turquie, la concurrence qui se fait pour obtenir la meilleure qualité est si vive, que lorsqu'un notable turc met la main sur un paquet de la bonne sorte, il ne le laisse pas sortir de sa maison, mais fait venir chez lui un marchand de cigarettes, qui est aussi un coupeur de tabac et il fait couper le tabac devant lui. Il sait ainsi qu'aucune feuille de ce tabac si estimé n'a été échangée pour une feuille de qualité inférieure. La Russie prend la plus grande part des feuilles

de la meilleure qualité. Pendant de nombreuses années, le tabac turc était coupé en longs filaments et cela était fait à la main, procédé regardé encore par beaucoup comme supérieur au procédé du coupeur à la machine; mais l'ingéniosité de l'homme a surmonté cette difficulté et on peut se procurer du tabac coupé long à la machine, en Virginie et dans d'autres pays de production. L'avantage de ce tabac ainsi coupé sur le tabac coupé court est si évident dans la manipulation des cigarettes qu'il est inutile de faire d'autres commentaires à ce sujet.

Epoque distincte dans l'histoire de la cigarette

Nous avons fait allusion à la préférence qui se manifestait pour la petite cigarette; il n'est pas exagéré de dire que cette préférence a marqué une époque distincte dans l'histoire de la cigarette, car les variétés américaines étaient si populaires, que leur consommation est devenue énorme dans une petite période de temps. Faites de tabac bien mélangé, ouvertes à leurs extrémités, d'une apparence élégante, peu coûteuses, et avec un arôme étrange et cependant plaisant, donnant le soupçon de quelque chose d'agréable au palais qui y est ajouté par quelque essence ou quelque autre chose dont l'usage n'aurait pas été permis, car les manufactures en entrepôts de la

douane étaient alors inconnues, ajoutez à cela que les cigarettes étaient bien annoncées; il ne faut donc pas s'étonner que nos cousins Yankees aient rendu actif le commerce des cigarettes.

(A suivre).

LES BOITES A CIGARES

Le commerce des cigares offre un bon exemple d'un fait caractéristique de l'industrie moderne: la nécessité d'emballer les marchandises pour qu'elles jouissent subir convenablement les manipulations auxquelles elles sont soumises dans leur trajet de la manufacture au consommateur, nécessité qui augmente le prix des marchandises. Dans certains cas, l'emballage est tout bonnement un emballage, rien de plus; dans d'autres, l'emballage a aussi pour but la présentation d'un article sous une forme attrayante, qui aidera à le faire vendre, et une partie du coût de cet emballage peut très bien figurer au compte de la publicité. Chaque boîte, chaque caisse, chaque enveloppe, chaque étiquette imprimée est, bien entendu, payée par le consommateur; toutefois plus l'emballage sert à la publicité, meilleur marché sont les marchandises, en raison de l'augmentation de la demande et de la plus grande production causées par chaque sorte de publicité.

Après les Fêtes

Tous les cadeaux à l'occasion des Fêtes ne se font pas avant les Fêtes. Entre hommes, entre intimes surtout, on retarde souvent, faute de savoir quoi offrir qui puisse être accepté avec plaisir.

UNE BOITE DE

Cigares HOGEN-MOGEN ou ROYAL SPORT

est un cadeau qui ne saurait déplaire à un fumeur à n'importe quelle époque de l'année.

Dites-le à vos clients; ils apprécieront l'idée que vous leur suggérerez. Ces deux marques sont faites pour plaire au fumeur le plus difficile. Il n'est jamais trop tard pour vous approvisionner, mais plus tôt vous le ferez, plus vite vous aurez en magasin ce qu'il y a de mieux pour satisfaire vos clients et augmenter vos profits.

ENVOYEZ-UN ORDRE AUJOURD'HUI A

The SHERBROOKE CIGAR CO., SHERBROOKE, QUE.

Il n'est probablement pas un seul fumeur de cigares qui ne se soit demandé quelle partie de la somme qu'il paie pour ses cigares est destinée à payer la boîte, les étiquettes lithographiées, les bandes dorées et le reste.

Une boîte contenant cinquante cigares coûte de 5½ à 8 cents, suivant le bois dont elle est faite, et cette somme ne comprend absolument que le bois et les clous sans étiquettes, bandes, etc. Le prix total de toutes ces boîtes employées aux Etats-Unis va dans les \$5,800,000 par an. Une partie de ces boîtes est expédiée à la Havane, dont elles reviennent, pleines de cigares. A cette énorme production de boîtes en bois, dans lesquelles ne sont pas comprises les boîtes en carton employées pour certaines espèces de cigarettes entièrement en tabac, petits cigares comme on les appelle quelquefois, la Pensylvanie contribue pour \$1,553,005 et les ouvriers employés dans cette industrie sont au nombre de 1,600. Le produit de la Pensylvanie représente donc plus du cinquième du total et aucun autre état ne fabrique autant de boîtes; New-York arrive bon second avec \$1,537,217. Plus de 50 pour cent des boîtes à cigares fabriquées dans cet état sont faites dans cette ville.

Le fait le plus intéressant et peut-être le moins connu au sujet de cette industrie, dit "Tobacco Journal", c'est que, bien qu'un certain nombre de boîtes à cigares soient faites en cèdre, il y en a un plus grand nombre en peuplier plaqué de cèdre sur un côté; d'autres sont en peuplier sans aucun placage. Dans ce dernier cas, on imite le cèdre au moyen d'encre d'une couleur appropriée et d'une machine portant un rouleau d'imprimerie sur lequel sont tracées des lignes imitant le grain du bois de cèdre. Le fond et le couvercle d'une boîte à cigares ordinaire ont une épaisseur 5-32 de pouce, tandis que l'épaisseur des côtés est de 7-32 de pouce. Malgré la faible quantité de bois requise, il coûte moins cher d'employer du peuplier plaqué que du cèdre, et en core moins cher d'imiter du peuplier en cèdre. Les boîtes en cèdre massif d'une contenance de cent cigares coûtent maintenant 11 cents environ, et les demi-boîtes environ 8 cents. Les prix correspondants des boîtes en placage sont inférieurs d'à peu près un cent et ceux des boîtes en peuplier imprimé sont respectivement de 7 et 5½ cents.

De tels prix ne sont possibles que grâce à l'emploi d'une machinerie compliquée et à la subdivision du travail; il est aussi très important de faire le moins de déchets possible. Pour cela, le bois de l'épaisseur voulue n'est pas scié, mais détaché par lames ou fendu par une machine spéciale. Il en est de même pour le bois de placage, pour lequel une machine spéciale est employée. Cette machine coupe 120 feuilles de placage par

pouce, sans déchets, à raison de 65 morceaux par minute. Le bloc de bois est passé à la vapeur et le débit en feuilles est fait par un couteau qui glisse. La feuille de placage qui résulte de cette opération est si mince qu'elle est à demi-transparente; mais elle a le grain et toutes les marques du bois de cèdre, ainsi que son odeur agréable. Les feuilles de placage sont coupées de la largeur qu'il faut pour les boîtes et elles ont une longueur de plusieurs pieds. Le peuplier est coupé dans les mêmes dimensions et le placage y est placé en l'appliquant au moyen d'une colle de bonne qualité qui a été répandue par une autre machine spéciale. L'immense pression employée dans le placage du bois pour la fabrication des meubles n'est pas employée ici et les feuilles de bois plaqué qui sont d'abord gondolées et tordues sont redressées et séchées simplement par leur passage entre des rouleaux.

Ces feuilles sont alors transportées à la table de sciage où elles sont fendues et sciées—de cinq à dix d'un seul coup—en morceaux de dimensions convenables pour les boîtes. De là ces morceaux sont envoyés à un inspecteur qui, en examinant chacun d'eux et en mettant de côté ceux qui présentent des défauts, en fait des piles contenant chacune le même nombre de bouts, de côtés, de fonds et de couvercles. Mais l'action rapide de la scie n'a pas laissé à tous les morceaux exactement les mêmes dimensions, et on les porte à la machine à donner la forme, qui donne à ces morceaux les mêmes dimensions mathématiques. Vient ensuite l'impression des noms qui doivent paraître sur le bois. Cette opération se fait comme une impression ordinaire et, bien que les lettres aient l'air d'être marquées au fer chaud, elles sont réellement imprimées avec de l'encre, sous une pression juste suffisante pour produire une légère dépression du bois.

Les morceaux sont maintenant prêts à être cloués. Les bouts et les côtés sont cloués ensemble par une machine, et les fonds et les couvercles par une autre. Ces machines reçoivent un approvisionnement de clous par un mécanisme automatique qui présente le nombre de clous qu'il faut à chaque coup. Un seul coup enfonce les clous à chaque coin et un coup suffit aussi pour les fonds et les couvercles, les clous étant poussés dans le bois plutôt qu'enfoncés. Une de ces machines fait 5,000 boîtes par jour.

Le couvercle de la boîte à cigares est maintenu en place en clouant seulement le bord de devant, généralement par un seul clou. La charnière en arrière est faite d'une bande de toile collée à l'extérieur et recouverte ensuite par les étiquettes et les ornements en papier. Quand la colle de la charnière est sèche, on commence à poser les étiquettes. De

minces charnières métalliques sont parfois employées, mais rarement.

D'une manière générale, toute la surface interne de la boîte est doublée de papier et, dans les grandes manufactures, l'impression des étiquettes et quelquefois même leur dessin forment des parties importantes du travail.

Cette impression est très variée, elle exige plusieurs sortes de presses, y compris les presses pour l'impression en relief.

Une partie du placage en bois employé pour les boîtes à cigares est faite par un des plus grands établissements du genre; mais la plus grande partie de ce travail, ainsi que l'imitation du bois de cèdre, est faite dans les chantiers de bois de la Virginie et du Tennessee.

Cette industrie a donné naissance à des villages et de petites villes dans cette partie des Etats-Unis, et elle produit annuellement 15,000,000 de pieds carrés de placage et de bois imitant le cèdre.

Les machines spéciales employées pour découper les feuilles de placage coûtent de \$10,000 à \$15,000 chacune, tandis que les rouleaux de séchage automatiques à friction, en batteries de cinq, coûtent \$25,000. Une batterie de ce genre produit 75,000 à 100,000 pieds carrés de placage en dix-huit minutes.

Que deviennent toutes les boîtes à cigares, puisqu'elles ne peuvent servir qu'une seule fois à l'emballage des cigares? Elles sont solides, durables et très bien faites; cependant leur seul usage subséquent est celui auquel les ménagères les emploient. Certains marchands de cigares les vendent, d'autres les donnent pour servir à renfermer des boutons, des pointes ou des articles semblables, d'autres enfin les brisent. La mode n'est pas encore venue d'employer les boîtes à cigares dans l'art décoratif.

IMPORTANTE TRANSACTION

La maison S. Hyman, Limited, a acheté de MM. Hirsch, Sommerville & Co, le fonds de commerce de la Havana Import Co. et a acquis en entier sa clientèle, son stock et l'ameublement du magasin, 173 rue St Jacques. Cette transaction remet la compagnie S. Hyman en possession du local qu'elle a occupé autrefois pendant de si longues années. La firme S. Hyman, Limited, a été établie en 1880 et était très populaire parmi les fumeurs de Montréal, quand elle faisait affaires au No 173 de la rue St Jacques.

Un incendie se déclara dans ce bloc, il y a trois ans environ, et MM. Hyman déménagèrent au No 218 de la même rue. L'établissement du No 173 fut reconstruit et la Havana Import Company y ouvrit un magasin de tabac au mois de mai de l'année dernière. MM. Hirsch, Somerville & Co. en étaient les propriétaires. Il est

entendu que ces messieurs feront connaître leurs intentions plus tard.

Par la transaction en question, MM. Hyman acquièrent ce nouveau magasin et reviennent à leur ancienne place d'affaires. Le magasin, qui a eu pour enseigne: "The Havana", pendant les dix-neuf derniers mois, sera connu maintenant sous le nom de "Hymans"; il offre un exemple frappant du luxe qui peut être déployé dans l'agencement d'un magasin de cigares. Il est considéré comme un des plus beaux magasins de tabac au Canada. Le plafond magnifique et les belles proportions du magasin donnent l'idée d'un palais italien.

Le fumoir en arrière est à remarquer. Le parquet est en brique rouge et un lambris très élevé en chêne brun aboutit à un panneau en cuir repoussé. Le lambris est sculpté d'une manière attrayante. En entrant dans le magasin, on trouve à main gauche une grande cheminée hollandaise surmontée de tuiles flamandes. D'énormes chenets en fer noir sont tout-à-fait dans le ton de la couleur générale de la salle. Des panneaux placés sur les murs à intervalles réguliers, donnent, par leur couleur, un cachet 17e siècle.

L'ameublement complète l'effet général. Des fauteuils en chêne brun foncé garnis de cuir noir, avec çà et là des chaises longues du même genre, ont un aspect simple mais font de l'effet. De petits guéridons en chêne brun supportent des porte-allumettes et les rumeurs peuvent y déposer leurs livres et magazines.

Les appareils d'éclairage à l'électricité font un très bel effet. Des lampes minuscules réunies par groupes sont distribuées dans toute la salle. L'ensemble formé par le rouge foncé de la brique, le brun foncé du lambris, le brun plus clair des panneaux, et la couleur de l'ameublement est excellent.

Ce qui caractérise aussi le magasin, ce sont ses appareils destinés à conserver le tabac frais. Le tabac étant extrêmement sensible à l'état atmosphérique, ces appareils sont faits d'après les dernières découvertes de la science pour obtenir et

maintenir le degré exact d'humidité requis.

Le commerce de MM. Hyman sera sous la direction de M. H. B. Hyman, gérant, et de M. W. M. Parsons, secrétaire-trésorier

LE TABAC ET LE CRIME

Les anarchistes sont connus comme s'abstenant de fumer, dit le "News Tribune", de Duluth. Ni au théâtre, ni dans les romans, le malfaiteur qui médite un crime de sang-froid, n'est représenté tirant de fortes bouffées de sa pipe, les pieds à hauteur de la tête.

Un clergyman anglais a dit une fois qu'il fumait pour la gloire de Dieu, et voilà maintenant qu'un magistrat français déclare que le tabac empêche le crime. Il dit qu'il n'a jamais vu de grand criminel avoir l'habitude de fumer.

Que les faits viennent ou non à l'appui de ce dire, il est certain que la pipe est une consolation et un symbole de paix; des volutes de fumée de tabac et un air de contentement, voilà comment on se représente le plus souvent le fumeur.

Il n'y a que l'homme qui mâche plus qu'il ne fume son cigare, qui en même temps s'agite et complot. Un homme ne peut pas devenir très violent quand il a une pipe à la bouche. Il est vrai qu'un homme peut fumer et être oisif, que l'acte de fumer puisse conduire à l'inactivité; mais l'arôme d'utabac brûlant lentement ne va pas avec les stratagèmes et les vols; il n'a aucun rapport avec la haine et la rancune. L'habitude de fumer est une "mauvaise habitude", qui engendre la charité et l'esprit de paix, avec une bonne disposition envers autrui.

LE TABAC, MONNAIE COURANTE

Le tabac forme partie de la monnaie courante de la république de Panama. La pièce de monnaie la plus petite de cet Etat est une pièce de dix cents, dont le pouvoir d'achat est égal à celui de la pièce de nickel américaine. Quand, à Panama, une personne reçoit de la monnaie

d'une valeur inférieure à celle de la pièce de nickel, c'est sous forme de tabac à fumer ou à chiquer, en paquets préparés d'avance.

LA FABRICATION DES ALLUMETTES

L'industrie des allumettes a été si perfectionnée que leur prix de revient a été réduit presque à rien, et personne aujourd'hui ne pense à faire figurer dans ses dépenses les sommes payées pour les allumettes; cependant, une grande partie de la perte causée par leur usage est due à la boîte et aux petits morceaux de bois qui sont jetés aux déchets. Tous ceux qui emploient des allumettes les gaspillent d'une manière extravagante. L'homme qui en a une poche pleine en allume d'une manière inconsidérée et ne pense jamais à abriter la petite flamme contre l'effet du vent, jusqu'à ce qu'il soit arrivé à sa dernière allumette et qu'il se rende compte qu'il ne peut pas se procurer facilement un nouvel approvisionnement. Un fabricant a estimé que le tiers du prix des allumettes est absorbé par la boîte et un autre tiers, par le bois des allumettes, de sorte que, sur les \$10,000,000 d'allumettes produites annuellement, le déchet s'élève au moins à \$3,666,666. On ne peut pas utiliser l'allumette brûlée, tandis que la boîte d'allumettes, à l'encontre de beaucoup d'autres boîtes d'emballage, n'est jamais employée dans la suite.

Allumettes anciennes et allumettes modernes

La fabrication des allumettes, dit le "Canadian Cigar and Tobacco Journal," se fait par un procédé merveilleux, mais précisément à cause de la perfection merveilleuse de la machine qui fait le travail, ce procédé est court, simple, non-dispendieux, si on le compare aux autres opérations de la fabrication des boîtes, à l'impression et à l'emballage.

L'histoire des allumettes, à partir de l'époque où on se procurait du feu au moyen d'un briquet ou en frottant l'un contre l'autre des bâtons de bois sec, est

LES CIGARES

EMPORIUM à 10c.

ET

MONT PELÉE à 5c.

Font leur chemin dans les meilleurs Hôtels et Restaurants.
Les Tabacconistes soucieux de leurs intérêts les ont en stock.

Pourquoi ne tiendriez-vous pas les deux Meilleurs Cigares pour le prix?

THE EMPORIUM CIGAR CO.,
ST-HYACINTHE, QUE.

maintenant bien connue, même des jeunes lecteurs. Toutefois, ce qui a été écrit à ce sujet, remplirait des colonnes et ne pourrait pas être exposé dans tous ses détails par un seul auteur. Ainsi, peu de personnes savent que l'invention des allumettes modernes à friction date de 1833 et que l'allumette de sûreté qui ne peut être allumée qu'en la frottant sur la boîte qui la contient, et qui est supposée communément avoir été inventée à une époque très récente, l'a été en 1845. La machine à fabriquer des allumettes la plus parfaite, en usage maintenant, est connue sous le nom de machine continue. On fournit un bloc de bois à cette machine et celle-ci produit une allumette finie, prête pour l'emballage, en une seule opération.

La machine continue est si nouvelle qu'elle est assez rare dans l'industrie. Elle consiste en une chaîne sans fin, d'une longueur de 250 pieds, qui se ment continuellement dans la même direction. On place en-dessous, à un certain endroit, le bloc de bois qui formera l'allumette et après que ce bloc a été débité automatiquement en petits morceaux, une extrémité de chacun de ces morceaux est insérée automatiquement dans la chaîne sans fin, de telle sorte qu'il se tient dans une position verticale, à angle droit avec la chaîne, près des autres petits morceaux de bois, mais en en étant séparé. Le bois employé pour faire les allumettes est généralement du pin blanc, bien qu'on se serve aussi d'autres espèces de bois. Ce pin arrive à la fabrique en planches épaisses de deux ou trois pouces et on le scie dans le sens opposé au grain, en blocs ayant juste la longueur de l'allumette que l'on veut faire. Ces blocs sont reçus en certaines quantités de manière qu'ils soient toujours prêts pour fournir aux machines. Dans ce but, on les entasse dans des caves, sous lesquelles passent des tuyaux à vapeur employés pour faire sécher le bois, quand celui-ci est humide, soit qu'il ait été reçu dans cet état, soit que cette humidité provienne de la condition de l'atmosphère. L'humidité de l'air est un facteur d'une certaine importance dans l'industrie des allumettes, parce qu'il influe sur la rapidité avec laquelle les produits chimiques placés à l'extrémité de l'allumette, sous forme liquide peuvent être desséchés. Par exemple, une humidité excessive fait que la dessiccation est lente, et réduit en conséquence la production de la machine.

Détails intéressants de la fabrication

Les couteaux qui débitent le bloc de bois sont construits de telle façon qu'il ne se produit aucun déchet. Etant insérés en rangs dans la chaîne sans fin, par le même mouvement par lequel ils sont coupés, ces petits morceaux de bois sont transportés au-dessus d'un bain de paraffine en fusion, de telle sorte que l'extré-

mité de chaque morceau de bois traverse ce bain; après cela, ils sont transportés au-dessus de cylindres, juste le temps qu'il faut pour que la paraffine pénètre le bois et sèche. Ces morceaux de bois sont alors soumis à un autre bain contenant les produits chimiques qui forment la tête de l'allumette. Cette substance connue sous le nom de "composition" est sous forme liquide, et l'extrémité des morceaux de bois trempe dans ce liquide juste assez loin pour que la tête se forme. Si l'allumette doit être revêtue de deux compositions, une seconde plongée dans une seconde composition lui est donnée. A partir de ce point, jusqu'à celui où les allumettes sont rejetées sur des plateaux au moyen desquels elles sont transportées auprès des emballeurs, le voyage est juste assez long pour faire sécher la composition. Une telle machine est opérée par deux hommes: l'un d'eux lui fournit les blocs de bois, voit à ce que la paraffine et la composition soient dans une condition convenable, tandis que le temps complet de l'autre homme est employé à recevoir les allumettes rejetées sur les plateaux et à les disposer dans de longues boîtes de métal placées sur des râteliers appelés "bureaux" et transportées sur roues aux emballeurs. Une telle machine a une capacité de production qui varie quelque peu suivant la température, comme il a été dit plus haut. Sa capacité normale est de 6,000,000 d'allumettes par jour, ce qui, pour un jour de 10 heures, donne 10,000 allumettes par minute. Ces allumettes sortent de la machine en bon ordre, toutes les têtes étant dans la même direction.

Fabrication des boîtes

Les petites boîtes, pour la vente au détail, dans lesquelles les allumettes sont mises, sont fabriquées dans la même manufacture, sur des machines spéciales. Là aussi, il y a la plus grande économie de main-d'œuvre. Que la boîte doive contenir 65 ou 1000 allumettes, le carton qui sert à la faire est reçu en rouleaux de largeur convenable. Le bout du rouleau est placé dans la machine à une de ses extrémités et ressort à l'autre, soit sous forme d'un carton, qui constituera l'enveloppe extérieure de la boîte, soit sous forme de plateau qui constituera la boîte même qui doit contenir les allumettes. Dans le premier cas, le papier imprimé et colorié, ainsi que la petite bande sur laquelle on allume l'allumette, sont placés sur la boîte avant qu'elle sorte de la machine. Cette fabrication de la boîte comprend aussi le mouillage du carton, afin de pouvoir le courber sans le casser, pour former les côtés, le fond et le dessus de la boîte; elle comprend aussi le collage et l'impression, qui est rarement faite en moins de deux couleurs. Une semblable machine produit des boîtes finies à raison de 400 par minute.

L'emballage à la main

La mise en boîte des allumettes est encore faite à la main. Ce sont des jeunes filles en général qui font cette opération, et elles sont payées suivant le nombre de boîtes qu'elles remplissent. Les allumettes leur sont apportées sur de longs plateaux en métal et placées sur des tables où il y a également un approvisionnement de boîtes vides. La rapidité avec laquelle la mise en boîtes est faite est merveilleuse, et suivant toutes les apparences, le gaspillage extravagant des allumettes par le consommateur n'est rien comparé au gaspillage qu'en font les fabricants. Là mettez en boîtes met souvent le feu à trois, quatre ou cent allumettes, en les mettant en boîtes, et pour empêcher le feu de se propager, elle saisit, non-seulement toutes les allumettes enflammées, mais aussi les bonnes allumettes qui en sont voisines, et les jetant sur le parquet, derrière elle, continue à faire son ouvrage. Pour la personne étrangère à la fabrication, ceci semble un mépris imprudent du danger d'incendie, parce que tout le long du plancher des allées d'emballage, on peut toujours voir de petits tas d'allumettes enflammées et les jupes des empaqueteuses, quand celles-ci se meuvent çà et là, semblent quelquefois se rapprocher de très près de ces allumettes enflammées.

Partout, dans le département de l'emballage, on peut entendre le craquement continu de bonnes allumettes, sur lesquelles on marche et l'air est rempli de fumée. Cependant, le danger d'incendie est en réalité très faible. Les parquets sont en ciment et tous les employés sont très habiles à combattre les incendies. Chaque fois qu'un tas d'allumettes enflammées s'élève trop haut, quelqu'un prend un balai, le trempe dans un seau d'eau et éteint le feu. Le gaspillage n'est pas non plus extravagant, parce que le temps est plus précieux que le prix de revient de ce produit et l'idée qui domine à l'emballage est de faire cette opération rapidement.

"Il n'y a jamais ici une grande quantité d'allumettes emballées, disait un gérant de ce département, et la flamme faite par ces allumettes ne pourrait pas s'élever jusqu'au plafond. Que nous ayons un incendie qui nous coûte cinq cents ou un incendie qui détruise pour plusieurs dollars de notre produit—ce qui arrive une fois dans un long espace de temps—nous ne demandons jamais aux compagnies d'assurance de nous indemniser".

Les connaisseurs en allumettes

Le goût du public, en fait d'allumettes, est très varié, et parmi les manufacturiers aussi bien que parmi les consommateurs, il y a quelques enthousiastes qui préfèrent un genre à un autre, mais il est aussi impossible que cela est peu important d'examiner les mérites de ces prétentions rivales. Certaines personnes aiment autant

que d'autres n'aiment pas la qualité de ne s'enflammer que sur la boîte ou sur un morceau de verre ou sur une feuille de papier de verre, possédée par l'allumette de sûreté. Certains n'aiment pas les allumettes enduites de paraffine parce qu'elles brûlent trop facilement. Les ingrédients exclusifs placés à l'extrémité de l'allumette se composent généralement de soufre, de chlorate de potasse et de phosphore en proportions variées; quelquefois, l'un ou l'autre de ces ingrédients est supprimé.

On estime que, sur le total des allumettes consommées aujourd'hui, 80% sont des allumettes "parlor" et 20% forment le reste. L'allumette à soufre de l'ancien temps est encore employée exclusivement dans quelques districts de la campagne, spécialement dans les mines et sur les chemins de fer et des essais qui ont été faits pour supplanter cette allumette ont échoué jusqu'alors. La demande pour les allumettes est assez forte pour mettre à contribution toutes les sources d'approvisionnement, et la théorie voulant que l'introduction générale de la lumière électrique, par laquelle la clarté peut être obtenue en tournant un bouton au lieu de frotter une allumette, détruirait l'industrie des allumettes, est complètement fausse.

Les manufacturiers sont en retard dans l'exécution de leurs commandes et ne peuvent pas se procurer tous les employés dont ils ont besoin pour fournir à la demande. On ne pense pas que, même un déficit soudain de la récolte de tabac, remédierait à la situation.

POUR RECONNAÎTRE L'ECUME DE MER

Un expert ne peut pas toujours reconnaître une pipe faite d'un bloc d'écume de mer véritable d'une autre faite de rognures d'écume comprimées, quand les deux pipes sont neuves. Jusqu'à ce qu'une pipe ait été quelque temps en usage, la seule chose à laquelle on puisse reconnaître la véritable écume, c'est le degré de dureté: le bloc d'écume est moins dur que les rognures comprimées. Mais ce degré de dureté varie, suivant la qualité du bloc; on ne peut donc pas s'y fier.

Une pipe absolument sans défaut peut être regardée avec défiance. Il est plus facile de faire sans aucun défaut une pipe en morceaux d'écume comprimés qu'une pipe taillée dans un bloc. La densité de la première est plus grande que celle de la seconde, mais elle est variable.

Certains blocs de véritable écume de mer flottent sur l'eau, d'autres s'enfoncent. Quand on fume une pipe, sa qualité ne tarde pas à se faire connaître. Le bloc d'écume de mer se colore uniformément sans taches, tandis que la pipe formée de rognures comprimées se couvre de taches et de cercles à cause de sa composition irrégulière.

LA CONCURRENCE

Ne croyez pas que la concurrence soit nuisible à vos affaires; considérez qu'elle est pour vous ce qu'un entraîneur est au coureur. Si dix experts étaient à votre emploi, s'étudiant à améliorer votre commerce, vous en retireriez certainement du bénéfice, bien que ces dix experts vous coûtent plus que vos profits ne le comporteraient. D'autre part, si vous avez dix concurrents, si ceux-ci étudient le soir les moyens à prendre pour améliorer leur commerce, vous pouvez profiter de leur expérience sans qu'il vous en coûte rien. Il s'en suit que vous devriez considérer la concurrence comme avantageuse pour vous.

Le monde est vaste; il y a place pour tous dans l'univers; mais par la loi de compensation ce sont ceux qui sont le mieux outillés qui obtiennent les plus fortes récompenses. Si vous êtes nonchalant, si vos efforts sont négatifs, vous avez peu de chance de remporter un prix. D'habitude les jeunes gens prennent la résolution de se retirer des affaires vers l'âge de cinquante ou de soixante ans et d'en prendre alors à leur aise. Il n'y a pas de plus grave erreur que celle-là. Il vaut beaucoup mieux s'épuiser par le travail que de s'encroûter dans l'oisiveté.

Le travail n'est pas agréable aux jeunes. Plus tard, c'est une nécessité. Plus tard encore, c'est un plaisir et finalement une nécessité absolue pour le bien-être physique et intellectuel de l'homme. On ne peut guère voir de spectacle plus lamentable que celui de l'homme qui est arrivé à une certaine fortune et qui s'est retiré de la vie active des affaires.

Il gaspille son temps autour de chez lui, il va de club en club et éprouve un sentiment d'isolement difficile à décrire. Il essaie de tuer le temps pendant le jour, car ses camarades sont occupés par leurs affaires et, le soir venu, il est prêt à rechercher le plaisir.

D'autre part, ses camarades ont autre chose à faire et notre ami retiré des affaires se demande ce qu'ils ont contre lui.

Il s'aperçoit qu'il y a loin de ce qu'on se figure à la réalité. L'argent ne sert qu'à procurer les moyens de vivre. Quand vous avez assez pour acheter les choses nécessaires à vous procurer du confort et à vous faire jouir de la vie, le surplus n'est rien. L'homme d'affaires devrait travailler et préparer l'avenir de manière qu'en cas de maladie il puisse se procurer tout le confort voulu et voyager pour recouvrer la santé.

L'homme qui désire être heureux devrait s'arranger de manière à enseigner à ses subalternes à prendre en mains la direction des affaires; il pourra ainsi abandonner cette direction et la reprendre comme il lui plaira.

L'idéal pour un homme de soixante

ans est de pouvoir voyager au gré de sa fantaisie, travailler quand il le désire, consacrer son temps à quelque idée favorite, si tel est son plaisir. L'homme qui encaisse, porte son argent à une banque et s'abstient de tout travail décline rapidement.

Le cultivateur qui s'enrichit se transporte à la ville et, à moins qu'il n'ait quelque occupation comme le jardinage, l'achat et la vente de marchandises, il offre un triste spectacle. Après son lever, il prend son déjeuner, se rend à la gare de chemin de fer pour voir passer un train, revient chez lui, taillade un morceau de bois, va de nouveau voir passer un train, rentre chez lui: voilà son occupation tout le long du jour. Au bout d'un an, on peut le voir s'appuyer sur une canne et cela simplement parce qu'il n'a aucune occupation régulière. Il est très porté à descendre en lui-même et il se découvre bientôt des maladies auxquelles il n'aurait jamais songé auparavant. Il fréquente, par sympathie, des personnes dans la même condition que lui. C'est un exemple bien connu de tout le monde.

Si vous désirez vivre longtemps et être heureux, arrangez-vous pour que d'autres fassent la partie pénible de vos affaires, et ayez toujours un bureau où vous avez des devoirs à accomplir, que ces devoirs aient de l'importance ou en aient peu. Une occupation est le plan de la nature pour rendre les hommes heureux. Si vous avez tout l'argent qui vous est nécessaire, donnez-vous une occupation quelconque, livrez-vous à quelque passe-temps ou à quelque travail scientifique qui absorbe votre attention.

C'est un spectacle bien triste que celui d'un homme encaissant de l'argent puis restant oisif dans l'idée fallacieuse qu'il en prendra à son aise tout le restant de sa vie. En réalité cet homme compte tout bonnement les jours jusqu'à l'heure de sa mort. Il n'y a rien là-dedans.

Royal-Sport

Au banquet des Voyageurs de Commerce tenu le 20 décembre à l'hôtel Windsor, la Sherbrooke Cigar Co., a fait distribuer à chaque convive une boîte de ses excellents cigares "Royal-Sport". Cette gracieuseté a été très appréciée et elle contribuera sûrement à augmenter la popularité déjà si grande des produits de la Sherbrooke Cigar Co.

La maison Jos. Côté, de Québec, le plus populaire établissement de tabac, profite de l'occasion des fêtes pour remercier ses nombreux clients et ses amis, en général, de l'encouragement qu'ils lui ont accordé durant l'année qui vient de finir, et sollicite, de nouveau, leur estimé patronage pour la nouvelle année 1907.

Elle leur souhaite à tous une bonne et heureuse année.

Les bonnes mœurs et la morale sont des amies jurées et de fermes alliées.—(Watts.)

CE QUE DEVIENNENT LES COMMIS DE MAGASIN

Que deviennent tous les commis de magasin? Nous rencontrons parfois un commis blanchi sous le harnais, qui est dans le commerce depuis sa jeunesse, et qui en connaît tous les tours et les détours par l'expérience qu'il a acquise au cours de nombreuses années. Mais ces employés sont relativement rares.

Où sont tous ces jeunes hommes pimpants qui se tenaient derrière les comptoirs de magasins il y a dix ou vingt ans? Leurs places pour la plupart, ont été prises par d'autres tout aussi pimpants, tout aussi jeunes. Deux situations attendent la majorité des commis de magasins: ou il s'élèvent dans la hiérarchie commerciale, ou ils quittent complètement les affaires.

Quelques employés, qui ont des aptitudes, le désir et la résolution d'arriver, atteignent de hautes positions. Ils s'élèvent peu à peu dans l'estime de leurs patrons, puis dans le service; ils entrent dans quelque autre magasin où les salaires sont plus élevés et les occasions d'avancement plus nombreuses; ils obtiennent des positions de confiance qui leur rapportent des profits; enfin ils deviennent associés ou propriétaires, dit *Oregon Tradesman*.

D'autres formant aujourd'hui, nous le croyons, la masse du personnel des commis, remplissent leurs devoirs avec légèreté. Ils considèrent l'emploi de commis comme un pis-aller et n'y ont recours qu'à bout de ressources. Cet emploi est regardé par eux comme une situation où il y a peu à gagner et pas grand-chose à faire. Ils ne le considèrent pas comme un métier qu'il faut apprendre. Une parole facile, de la vivacité d'esprit et une disposition à l'inactivité, voilà toutes les qualifications jugées nécessaires par eux pour être commis de magasin. Il n'est pas difficile de voir ce que ces jeunes gens deviennent: ils se promènent de magasin en magasin et choisissent enfin une autre vocation. Leur utilité derrière un comptoir a bien vite fait de disparaître.

Peu de commis restent commis. Ils sont généralement trop bons ou trop mauvais. Le jeune homme qui a en lui l'instinct commercial se fera une place dans le monde du commerce, tandis qu'il échouerait dans tout autre métier.

Celui qui ne possède pas cet instinct peut s'élever de plusieurs échelons par la simple force de sa volonté et par son désir d'apprendre. Cet instinct commercial a une grande valeur pour le commis de magasin, mais il peut réussir, tout au moins jusqu'à un certain point, quand même il n'est pas très

bien doué sous ce rapport, comme il peut aussi échouer s'il est mieux doué et si cet instinct commercial n'est pas soutenu par l'honnêteté, la force de caractère et la constance.

Les commis s'élèvent ou s'abaissent et disparaissent des affaires. Peu d'entre eux peuvent espérer rester où ils sont pendant un temps assez long, et peu devraient le désirer. Soyez certains, commis de magasin, que vous ne resterez pas de nombreuses années derrière un comptoir. Vous pouvez, par vos efforts sincères, vous élever à une position de confiance, où vous gagnerez de l'argent; vous pouvez aussi disparaître complètement du monde commercial, et le temps que vous y aurez passé sera du temps entièrement perdu. Si vous voulez être commis de magasin, mettez tous vos efforts à remplir votre tâche. Apprenez à fond le commerce dans tous ses détails, si vous le pouvez; saisissez les occasions qui vous sont offertes pour augmenter vos connaissances et raffermir votre volonté de bien faire. Ce temps-là ne sera pas perdu.

LA SIMPLICITÉ DANS LES ANNONCES

Soyez naturel dans votre publicité. Il n'y a pas la moindre nécessité pour employer un langage extravagant ou des épithètes sonores, dit "Commercial Bulletin". Voyez les maisons vendant sur catalogue et remarquez la simplicité qu'elles mettent dans leurs descriptions. Le mot "meilleur" est à peu près la plus forte expression qu'elles emploient, bien qu'elles aillent souvent jusqu'au mot "le meilleur". Quand un annonceur se livre à un style boursoufflé, beaucoup de personnes considèrent cette manière de faire comme un essai pour leur en imposer.

Comme quelqu'un l'a dit un jour, "vous ne voudriez pas rester derrière votre comptoir, pendant que quelqu'un déraisonne au sujet de vos marchandises". Donc, soyez naturel.

Dites simplement ce que vous avez à dire et cela avec autant de force que possible. Le marchand-détailleur est celui qui doit rédiger ses annonces, à moins qu'il n'ait quelqu'un à son emploi ayant fait une étude de la publicité dans les journaux, ou un commis à l'esprit ingénieux, ayant des aptitudes pour ce genre de travail.

Dans la préparation d'une annonce, n'écrivez rien que vos lecteurs ne puissent comprendre. Dites-leur des choses qui ne soient ni profondes, ni stupides; donnez-leur des renseignements simples sur les marchandises que vous avez reçues, sur les occasions du jour ou de la semaine et, avant tout, indiquez des prix.

Ne laissez pas paraître votre annonce une deuxième semaine, sans y apporter de changement et, si possible, sans de nouvelles vignettes. Souvenez-vous que vous devez préparer vos annonces en temps voulu pour que l'imprimeur ait le loisir de faire de son mieux. D'habitude la meilleure disposition d'une annonce n'est jamais trop bonne et, quand une annonce doit être composée à la hâte et au dernier moment, il y a des chances pour que le bon à tirer soit donné sans que l'épreuve ait été revue; de cette manière, on a une annonce sabotée. Quand une chose vaut la peine d'être faite, elle vaut la peine d'être bien faite.

Avant pris un contrat pour un certain espace dans un journal, ne croyez pas qu'il soit de votre devoir de le couvrir jusqu'au dernier pouce; donnez à l'imprimeur une occasion d'exercer son talent et de produire une annonce qui aura bonne apparence. Consultez-le et suivez son avis sur bien des détails et, quand l'annonce est composée, lisez-en l'épreuve attentivement, critiquez-la, faites les changements qui vous paraissent nécessaires et renvoyez l'épreuve assez tôt pour que les corrections soient faites. Les annonces avec gravures impliquent certaines lignes beaucoup plus importantes que d'autres et, pour que ces annonces soient bien faites et produisent de l'effet, il faut laisser de l'espace en blanc; mais cela ne veut pas dire que cet espace en blanc doive être gaspillé.

Chaque fois que vous achetez un espace d'annonce et que vous y insérez toujours la même vieille histoire, vous le gaspillez.

Chaque fois que vous dépensez de l'argent en publicité et que vous terminez votre annonce par ces mots: "venez et procurez-vous nos prix", vous gaspillez votre argent. Cessez cette manière de faire, et le plus tôt sera le mieux.

La publicité est le meilleur complément des affaires; c'est une nécessité de notre époque, c'est un moyen et à peu près le seul à votre disposition pour contrebalancer ou essayer de contrebalancer les maisons de détail prenant des commandes par correspondance sur catalogues.

Faites-en un fort usage, mais un bon. Travaillez à votre publicité, mais ayez quelque chose à dire, indiquez des prix et employez des vignettes.

Bien que les fêtes soient passées, le temps des cadeaux ne l'est pas encore. Quand un client se montrera indécis sur le cadeau à faire à un ami, vous pouvez l'aider dans son choix et lui indiquer une boîte de cigares Hogen-Mogen ou Royal Sport. Ces deux genres de cigares satisferont sûrement les fumeurs difficiles. Ils sont manufacturés par la Sherbrooke Cigar Co, de Sherbrooke, Qué.

Ecoutez attentivement, répondez promptement, décidez-vous promptement.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA

Cigarettes.	Par mille
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00
Pet, 1/10.	12.00
Sweet Caporal, en boîtes de 10.	8.50
Athlete, boîtes de 10 ou ppts 10s	8.50
Old Judge, en boîtes de 10s.	8.50
Majestic, 20s.	8.25
New Light, [tout tabac] 10s.	8.50
Sub Rosa [tout tabac]	8.50
Derby en ppts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55
Old Gold, 6 ⁴ (600) 3.78; 1/10s.	6.30
Prince, 7, [700] 4.02; 10s.	5.75
Sweet Sixteen, ppts, 7s, 4.02; 10s.	5.75
Murad, Turques, bouts en papier	12.00
Mogul, Turques, bouts en papier ou en liège	12.00
Mogul Magnums, bouts en papier.	16.00
Dardanelles [Turques] bouts en papier 12.25, en liège ou argent.	12.50
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00
Yildiz Magnums, Bouts en papier, en liège ou en or, 10s. et 100s.	20.00
Virginia Brights, bte de 600, 3.50	5.83
High Admiral, 10s.	7.00
Gloria, 7s [700] 4.02; 10s.	5.75
Guinea Gold.	12.00
Otto de Rose, 10s.	12.50
Tabacs à cigarettes.	La lb.
B. C. No 1, ppts, 1/12, btes 5 lbs.	1.00
Puritan, ppts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00
Athlete, boîtes ou paquets, 1/12s, boîtes 5 lbs.	.90
Derby, en tins, 1/4s.	.95
Vanity Fair, ppts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.20
Sultana, ppts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00
" 1/2 & 1 lb, ppts, btes 5 lbs.	.96
Gloria, ppts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00
Southern Straight Cut, paquets, 1/12s, btes 5 lbs.	.85
Old Judge, ppts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.45
Sweet Caporal, ppts 1/13s, btes 2 lbs.	1.15
Houde's Straight Cut No 1, ppts, 1/12s, boîtes 5 lbs.	1.00
Dufferin, ppts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00
Le Caporal, ppts, 1/12s, btes 5 lbs	1.00
Harem [Turque], ppts, 1/16s, btes 5 lbs.	1.35
Kiosk [Turque], paquets, 1/16.	1.92
Tabacs coupés à fumer.	La lb.
Old Chum —	1.00
En tins, 1/6s.	.85
En tins, 1/2 lb.	.85
En tins, 1 lb.	.85
Ppts, 1/10s, btes 5 lbs.	.85
En sacs, 1/5s, btes 5 lbs.	.97
Puritan Cut Plug —	
Ppts. 1/11s, boîtes 5 lbs.	.85
En tins, 1/2 et 1/4 lbs.	.85
En tins, 1/5s.	.93
En tins, 1 lb.	.83
Full Dress —	
En tins, 1/5 et 1/2 lbs.	.95
Meerscham —	
Ppts, 1/10s, btes 5 lbs.	.82
En tins, 1/2 lb.	.84
En sacs 1/5 btes 5 lbs.	.92
Ritchie's Smoking Mixture.	
Ppts, 1/10s, boîtes 5 lbs.	.80
En tins, 1/4 lb.	.95
Ritchie's Cut Plug, —	
Ppts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs.	.71
Cut Cavendish —	
Ppts, 1/10s, boîtes 5 lbs.	.80
Durham —	
En sacs, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00
En sacs, 1/6s, btes 5 lbs.	1.00

En drums, 1 lb.	1.00
Virginity — drums, 1 lb.	1.25
Unique —	
Ppts, 1/15s, boîtes 5 lbs.	.65
Ppts, 1 lb, boîtes 5 lbs.	.61
Ppts, 1/2 lb., boîtes 5 lbs.	.60
Lord Stanley — tins, 1/2 lb.	1.05
Hand Cut Virginia — tins, 1/4 lb.	1.00
Duke's Mixture —	
Ppts, 1/10 lb, cartoons 2 lb.	.82
Perique Mixture —	
En tins, 1 lb. et 1/2 lb.	1.15
Athlete Smoking Mixture —	
1/2 and 1/4 lb. tins.	1.35
Pure Perique —	
1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.	1.75
St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins & 1/10 sacs.	1.20
P. X X X —	
1 lb. tins.	.95
1/2 lb. tins.	1.00
1/5 tins.	1.00
Handy Cut Plug —	
1/5 pouches, 5 lbs boxes.	.90
1/2 lb. jars.	.90
Old Virginia —	
1 lb. tins.	.78
1/2 lb. tins.	.80
1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes.	.72
1 lb. & 1/2 lb. pcks, 5 lb. boxes.	.72
Morning Dew Flake Cut —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes.	.82
1-6 tins.	1.00
1/2 lb. tins.	.94
1-5 bags.	.88
Blue Star —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes.	.83
Favorite — 1/2 lb. tins.	.69
Champaign Cut Plug —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes.	.80
1-5 tins.	1.00
1/2 lb. tins.	.96
Khaki —	
1-5 tins.	1.00
1/2 lb. tins.	.96
1-10 pcks, 5 lb. boxes.	.80
Red Star —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes.	.83
Sweet Bouquet —	
1/4 lb. tins.	1.36
1/2 lb. tins.	1.25
Maryland —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes.	.78
1/4 lb. tins.	.78
Gold Star —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes.	.80
M. P. [Perique Mixture].	
1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes.	.88
Houde's Celebrated Mixture —	
1-8 tins.	1.35
Gold Crest Mixture —	
1/4 & 1/2 lb. tins.	1.35
Gold Dust —	
1-10 bags, 5 lb. boxes.	.88
1-12 bags, 5 lb. boxes.	.90
A. T. C. Mixture à fumer —	
En tins, 1/4 lb.	1.40
En tins, 1-8 lb.	1.45
Social Mixture	
Ppts 1-10 btes 5 lbs.	.75
En tins, 1-2 lb.	.75
Seal of North Carolina —	
En tins de 1 et 1/2 lbs.	1.05
En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs.	1.05
1/12, 1/8 & 1/4s, ppts, btes 5 lbs	.95
Old Gold —	
1/12s et 1/8s, ppts, btes 5 lbs.	.95
En tins, 1/4s.	1.05
Ppts, 1/4s, btes 6 lbs.	.95
En jars, 1/2 lb.	1.05

Tabacs Ogden	La lb.
Beeswing —	
Tins décorées, 1s	1.10
1/2 lb. tins, 4 lb. cartoons.	1.15
1/4 lb. tins, 4 lb. cartoons	1.18
1-8 pcks. 1 lb. cartoons	1.18
1-16 pcks. 1 lb. cartoons.	1.25
Ogden's Navy Mixture —	
1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.	1.26
Turret Navy Cut —	
1/4 lb. tins, 5 lb. cartoons.	
Mild	1.36
Medium	1.22
Full	1.22
1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
Mild	1.40
Medium	1.26
Full	1.26
1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
Mild	1.50
Medium	1.32
Full	1.32
Tabacs américains à fumer	La lb.
Pride of Virginia —	
1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons	1.30
Old English Curve Cut —	
1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons.	1.35
Bull Durham —	
1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb. cartoons.	1.25
A. T. C. Navy Cut —	
1-5 lb. tins, 2 lb. cartoons.	
[Mild Medium or Full Strength]	1.32
Duke's Mixture —	
1-10 bags, 5 lbs. cartoons	1.08
Richmond Gem Curly Cut —	
1-8 pcks., 5 lbs. cartoons	1.43
1-4 pcks., 2 lbs. cartoons	1.60
Veteran —	
1-6 pcks., 5 lb. cartoons.	1.05
Honest —	
1-10 pcks., 5 lb. cartoons.	1.15
Ivanhoe —	
1-10 pcks., 5 lb. cartoons.	1.15
Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —	
1 lb. pcks., 5 lb. drums	1.22
Tabacs américains à chiquer plugs	
Battle Ax — 12 lbs caddies	.86
Piper Heidsieck—10 lbs caddies	1.20
Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.	1.15
Horseshoe — 12 lbs. caddies	.99
THE EMPIRE TOBACCO COMPANY.	
Tabacs à chiquer.	
Bobs, 6s, cads 20 lbs., 1/2 cads 12 lbs.	45
Bobs, 12s, butts, 24 lbs, 1/2 butts, 12 lbs.	45
Bobs, 10 oz. bars, 6 1/2 cuts to lb, 1/2 butts, 10 lbs.	45
Currency, 12 oz. bars, 12 cuts to lb, butts, 24 lbs, 1/2 butts, 12 lbs,	46
Currency Navy, 2 x 4, 6 1/2 s to lb, 1/2 butts, 11 lbs.	46
Currency Navy, 12 to lb, 1/2 cads, 12 lbs.	46
Old Fox, 12s, butts 24 lbs, 1/2 butts 12 lbs.	48
Pay Roll, 10 1/2 oz. bars, 5 cuts to the bar, 7 1/2 cuts to lb, butts 20 lbs.	56
Pay Roll, 2 x 3, 7 to lb, 22 lbs. cads & 12 lbs 1/2 cads.	56
Pay Roll, 6 1/2 oz. bars, [thin]. 7 1/2 spaces to the lb. boxes, 5 lbs.	56
Stag,	45
Moose, 14 1/2 oz. Bars, 5 cuts to bar, 5 1/2 cuts to lb., 1/2 butts, 8 lbs.	40
Tabacs à fumer.	
Empire, 3s., 5s., 10s.	36
Rosebud, 11 1/2 oz. bars, 7 cuts to lb butts, 20 lbs., boxes, 5 lbs.	51

Amber, 8s, and 3s....	60
Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 17 lbs, butts....	50
Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 3 1-2 lbs. 1-2 Butts	50
Hudson, 8s cads, 20 lbs.	53
Pacific, 8s cads, 20 lbs.	53
Starlight, 1 1/2 x 4, 7s, 8 1/2 lbs., 1/2 butts	50

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares	Le mille
Three Little Champions for 5c.	12.50
Côté's Fine Cheroots.	15.00
Quebec Queen... ..	15.00
V. II. C.	25.00
My Best....	25.00
Doctor Faust....	28.00
Doctor Faust	30.00
St-Louis [union]... ..	33.00
Martin [union]... ..	35.00
Havana Seconds	35.00

Champlain	1/20....	35.00
V. C. [Union]... ..	1/20....	36.00
Martha [union]... ..	1/20....	55.00
El Sergeant Premium	1/40....	55.00
El Sergeant R. V. C.	1/10....	\$60.00
J.C. Cl. Havane, Puritanos	1/20....	75.00

Tabacs Canadiens en feuilles

Balles de 25 et 50 lbs.

Connecticut B. 25 et 50	1905	0.14	0.15
Grand Havane B 25 et 50	1902	0.14	0.15
Parfum d'Italie A.	1905	0.30	0.32
Petit Canadien	1904	0.25	0.27
Petite Plug 1-6	1905	0.10	0.12
Quesnel A.	25	1905	0.35
Quesnel A. M.	1905	0.35	0.38
Rôle No 40, 1-4	1905	0.32	0.34
Rouge A.	1905	0.20	0.22
Rouge G.	1900	0.18	0.20
Rouge Quesnel A.	1904	0.25	0.27

Spanish	1904	0.16	0.18
Spread Leaf	1905	0.15	0.16
S. Nouveau	1905	0.15	0.17
Petit Havane		0.20	0.22
S. Vieux	1904-1905	0.18	0.20

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs..	48
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs.	48
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs.	65
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs.	60
Quesnel, 1/2, quantité à volonté..	60
Côté's choice mixture, 1/4 tin..	75
Côté's choice mixture, 1/2 tin..	70
Côté's choice mixture, 1 lb..	65
Tabac en poudre: Rose, 32 cts.;	
Rose et Fève, 36 cts.; Fève, 34 cts.:	
Rose Extra, 38 cts.; Râpé, \$1.25; Macca-	
ba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 34 cts.	

LISEZ LES JOURNAUX COMMERCIAUX

Tout homme qui est dans le commerce se doit à soi-même de lire des journaux commerciaux. Il le doit aussi à la communauté et aux journaux eux-mêmes. Il le doit à soi-même, parce que ses propres progrès sont développés par la lecture et l'étude de ces journaux; à la communauté, parce qu'il lui doit toute l'aide qu'il peut lui donner pour favoriser les progrès de la communauté; aux journaux commerciaux, parce que le seul moyen qu'ils aient d'exercer une influence, c'est d'avoir leur existence assurée et ils ne peuvent exister que si on les soutient.

Les journaux commerciaux sont faits pour discuter des questions commerciales. Il y en a qui traitent des problèmes généraux embrassant un champ vaste et, par conséquent, des questions qui ont une grande importance indirecte pour la plupart des lecteurs—mais cette importance est néanmoins réelle. D'autres journaux se limitent à un champ plus restreint.

Toute personne raisonnable doit comprendre qu'aucun périodique n'est aussi à même de discuter des questions commerciales qu'un journal consacré exclusivement à de telles questions. Les hommes d'affaires modernes se rendent compte que le journal commercial est essentiel à la discussion de ces sujets, c'est l'intermédiaire le meilleur et le plus naturel pour faire connaître l'opinion publique sur eux. En effet les journaux commerciaux sont dirigés par des hommes qui font du commerce leur étude principale et peuvent ainsi exercer le meilleur jugement dans toutes les discussions sur de tels points. Le journal commercial diffère du journal quotidien et du magazine. Il ne cherche pas à donner les nouvelles du jour du monde ou à plaire à l'esprit du lecteur. Sa mis-

sion est d'instruire et de guider. Il traite des sujets qui probablement profiteront directement au commerçant et inspireront son esprit.

Si les hommes d'affaires ne donnaient pas leur appui aux journaux commerciaux, qui s'occupent directement de leurs intérêts respectifs, ces journaux ne pourraient pas exister; les divers commerces seraient alors sans journaux consacrés à leurs intérêts spéciaux et en subiraient la conséquence. Les journaux commerciaux devraient avoir plus que l'aide des abonnements; ils devraient exciter l'intérêt sympathique de tous leurs lecteurs. Ils correspondraient mieux aux besoins des lecteurs, si ceux-ci voulaient offrir leurs critiques bienveillantes, suggérer des améliorations, dire quelles sont les questions dont ils désiraient la discussion, contribuer même à leur rédaction.

Nous remarquons que les meilleurs journaux commerciaux d'Angleterre et des États-Unis sont remplis d'articles écrits par des lecteurs. Nous ne savons pas exactement pourquoi, mais les lecteurs de ce journal ont semblé, pour la plupart, satisfaits de ce que nous leur offrons, sans contribuer beaucoup par eux-mêmes aux discussions. Nous aimerions recevoir de leurs articles, nous aimerions les voir participer d'une manière générale à toutes les discussions qui se rapportent à l'intérêt du commerce. Nous avons confiance en leurs capacités pour bien s'acquitter de cette tâche. Tout ce qu'ils ont besoin de faire, c'est d'adresser "une lettre au rédacteur en chef."

Il y a un autre moyen dont le marchand peut se décharger de sa responsabilité envers soi-même, envers la communauté et envers le journal commercial. Il peut intéresser d'autres à ce journal. Si un nouveau marchand ouvre un magasin, l'ancien marchand de-

vrait lui faire prendre un abonnement. Il est vrai qu'il mettrait ainsi un instrument de progrès entre les mains d'un rival. Mais qu'est-ce que cela fait? N'est-il pas capable de lutter? Si la plus grande circulation d'un journal commercial aide à faire mieux comprendre les affaires, cela n'est-il pas avantageux pour la communauté? Ce qui est bon pour la communauté, n'est-il pas bon pour l'individu? Alors pourquoi chaque lecteur ne s'intéresserait-il pas à l'extension de sa circulation?—[Maritime Merchant].

A l'occasion du banquet des Voyageurs de Commerce tenu au Windsor Hotel, le 20 décembre, l'American Tobacco a agi avec sa libéralité accoutumée en faisant distribuer aux nombreux convives un très acceptable souvenir consistant en un paquet de cigarettes Dardanelles, et un paquet de Sweet Caporal. Ce cadeau a été très apprécié par les convives.

Au début de sa carrière, un vendeur apprend à juger ses acheteurs et à adapter ses arguments et ses méthodes à chaque cas individuel. Vous ne pouvez pas envoyer une annonce différente à chaque individu; mais vous pouvez, en vous adressant à la classe de personnes à qui vous vendez, faire ressortir les qualités de vos marchandises, qualités qui feront que ces personnes achèteront. Donnez les raisons pour lesquelles vos marchandises sont bonnes. C'est un point essentiel, quelle que soit la personne à qui vous vous adressez; mais les raisons que vous donnez doivent être adaptées au genre de personnes à qui vous parlez.

Il n'y a pas de crime plus odieux que de déguiser la vérité; les hommes ne peuvent être des êtres sociables que s'ils ont confiance en leurs semblables. Quand la parole n'est employée que pour dénaturer la vérité, chaque homme n'a qu'à se séparer des autres, habiter son propre repère et guetter sa proie. — (Idler.)

*&**Tous mes Clients,**Je Souhaite**Une Bonne**et**Heureuse Année.**Jos. Côté*

Importateur
et
Marchand
de

TABAC EN GROS

BUREAU ET MAGASIN :

186 - 188 rue St-Paul,

Entrepot : 119, rue St-André,

QUEBEC.

Phone 1272.



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumé.

"LANCET."

MONTREAL

VOL. VI



FEVRIER 1907

No 2

LIQUEURS ET TABAGS

LIQUORS & TOBACCOS

Si vous voulez plaire à
vos clients offrez leur
le FAMEUX CIGARE

“DIXIE”

Manufacturé par
MILLER & LOCKWELL
QUEBEC.

MAISON
ETABLIE en 1827

LA MARQUE
La plus ANCIENNE



BUREAUX à MONTREAL : - - 41, rue des Communes
BUREAUX à WINNIPEG : - - Batisse Union Bank

HENRY O. WOOTTEN, = = Gérant-Général au Canada

LIQUEURS

LIQUEURS ET TABACS—*Revue Mensuelle* publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2547, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance. France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur **un avis par écrit**, adressé au **bureau même** du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit: **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.

Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, FEVRIER 1907

No 2

ASSEMBLEE GENERALE MENSUELLE

DE

L'Association des
COMMERÇANTS LICENCIÉS

de Vins et de Liqueurs

De la Cité de Montréal,

MERCREDI
6 FÉVRIER 1907

A 3 hrs p.m. très précises.

— AU —

Monument National

GENERAL MONTHLY MEETING

— OF THE —

LICENSED VICTUALLERS'
ASSOCIATION

OF MONTREAL,

WEDNESDAY
6th of February, 1907

At 3 p. m. sharp.

— IN THE —

Monument National

Association des Com-
merçants Licenciés
de Vins et de Li-
queurs de la Cité
de Montréal : : :

Incorporée en Juin 1884.

VICTOR LEMAY
Président.

L. A. LAPOINTE
Secrétaire.

DIRECTEURS :

H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARITEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES.
LAWRENCE A. WILSON
L. ETHIER, A. BLONDIN.

Prés. Hon.



JAS. MCCARREY
Vice-Prés.

VICTOR BOUGIE
Trésorier.

AVISEURS :

Maire H. A. ETERS,
M. MARTIN M. P.
Ech. C. ROBILLARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE,
Ex-Maire
J. M. WILSON,
J. M. FORTIER,

Licensed Victuallers'
Association of
Montreal: : : :

Incorporated June, 1884.

Avisseurs Légaux : MM. J. L. PERRON, ET P. G. MARTINEAU.
Auditeurs : F. A. CHAGNON ET DAN DAIGNEAULT.

TELEPHONES: { Bell Main 4187,
Des Marchands 621

Bureau: 66 Rue St-Jacques.

Assemblée Générale

MONTREAL, le 1er FÉVRIER 1906.

MONSIEUR,—L'Assemblée Générale Mensuelle des Membres de l'Association aura lieu mercredi, le 6 février 1907, à trois heures p. m., très précises au Monument National, No 296, Boulevard St-Laurent, Chambre No 6.

Vous êtes respectueusement prié d'y assister.

Par ordre, LE SECRÉTAIRE.

AUX MEMBRES

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que, jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association pour l'année 1907, à savoir :

VINS ET LIQUEURS—WINES & LIQUORS

MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited.
" F. X. St. Charles & Cie.
" Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd.

COMPTABLES-ACCOUNTANTS

MM. Alex. Desmartean.
" F. X. Bilodeau.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction d'exiger le paiement des contributions de 1907 et des arrérages dûs à l'Association. En conséquence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés d'en faire parvenir le montant au Secrétaire aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,

Votre obéissant serviteur,

L. A. LAPOINTE.

General Meeting

MONTREAL, FEBRUARY 1st, 1907.

SIR.— The General Monthly Meeting of the Association will be held on Wednesday the 1st of Feb. 1907, at 3 p.m. sharp, in the Monument National, No. 296 St. Lawrence Boulevard Room No. 6.

You are respectfully requested to attend.

By order, THE SECRETARY.

TO MEMBERS

Sirs,—I have the honor to inform you that up to date the following Business Firms and affiliated members are in good standing with the Association, for the year 1907, viz :

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

MM. Médéric Martin.
" W. R. Webster & Co. (Sherbrooke).

DIVERS — MISCELLANEOUS

MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
" Edouard Biron, Notaire Public.
" Otto Zepf, Mch. de Bonchons.
" Cousineau, Raymond & Hall, Agts. d'Imm.

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

FEES ARE NOW DUE

I have received instruction from the Board of directors to collect the fees of 1907 and arrears due to the Association. Consequently those who have not yet paid are requested to send in the amount to the Secretary, as soon as possible.

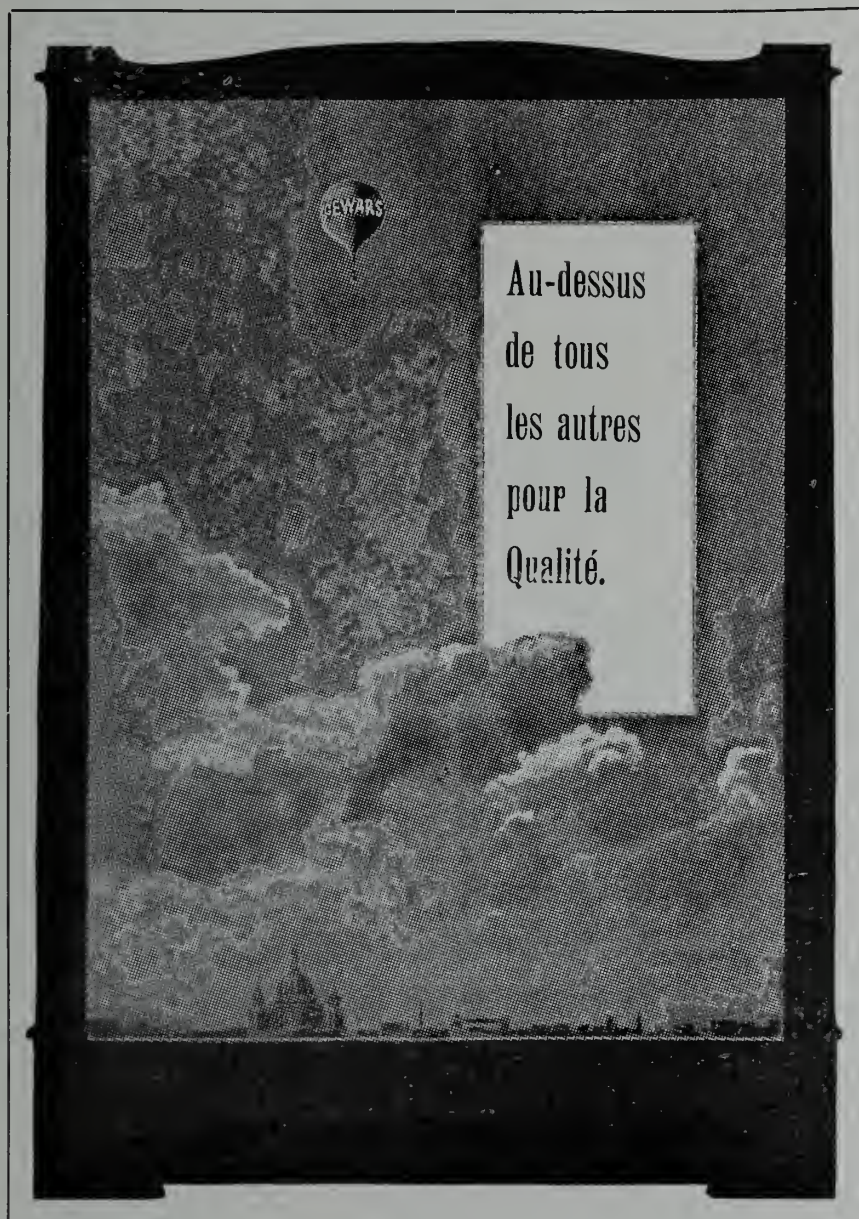
I have the honor to be, Sir,

Yours truly,

L. A. LAPOINTE.

DEWAR'S

Le Whisky de Haute Réputation.



DEWAR'S

Le Whisky de Haute Réputation.

ASSEMBLEE GENERALE ANNUELLE DE L'ASSOCIATION DES COM- MERCANTS LICENCIES DE VINS ET DE LIQUEURS DE LA CITE DE MONTREAL.

L'assemblée générale annuelle de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal, a eu lieu au Monument National, sous la présidence de M. Victor Lemay, le 3 janvier 1907.

Etaient présents MM. Jas. McCarry, V. Bougie, Naz. Gauthier, Jos. Bariteau, E. Masse, A. J. Ayotte, Nap. Tremblay, P. Scullion, T. McBrearty, Jos. Taillon, L. J. Primeau, et plusieurs autres.

En l'absence du secrétaire, retenu à une assemblée des Commissaires, tenue en ce moment, M. V. Bougie agit comme tel.

Les minutes de la dernière assemblée sont lues et approuvées. Puis M. le président s'adressa à l'assemblée dans les termes suivants:

RAPPORT DU PRESIDENT

Messieurs et chers confrères,

Je ne saurais trouver d'expressions assez fortes pour vous remercier de l'honneur que vous m'avez fait de me continuer pour un second terme le titre et la position si enviée de Président de notre belle et grande association.

Veuillez croire que je ferai tout pour me rendre digne de cette marque de distinction. Je me fais en même temps, l'interprète de mes collègues du bureau de direction que vous avez aussi réélus à l'unanimité pour vous exprimer leur reconnaissance et vous assurer qu'ils sauront prouver, par leur travail et leur dévouement, que vous n'avez pas à tort placé en eux votre confiance et la protection de vos intérêts.

Monsieur le Secrétaire va nous donner dans quelques instants un résumé des opérations de l'année accompagné de statistiques pleines d'intérêt pour tous les membres de l'association.

Je me contenterai pour aujourd'hui de vous exposer brièvement les questions les plus importantes, par vous mises à l'étude et les résultats obtenus.

Je commence par le sujet des transferts, autrefois un hôtelier ou un restaurateur qui transférait sa licence dans les douze mois de la date de son obtention devait payer trois cents par cent. Mais nous avons fait amender la loi de manière à ce qu'il ne paie plus que cent par cent dans les mêmes cas.

Après une possession de licences de plus plus d'un an, son droit de transfert ordinaire est réduit à \$200 au lieu de cent pour cent ou cinquante pour cent, selon le cas, du montant de la licence.

La question des clubs n'a pas été ou-

blée, nous avons fait apporter à la loi, des amendements importants. Aujourd'hui, toute demande de club doit être affichée pendant quinze jours à un endroit bien en vue, et ouvert au public dans le bureau du greffier des commissaires des licences ou dans le bureau du greffier ou secrétaire-trésorier des municipalités, selon le cas, avant d'être adressée au trésorier provincial. Aucune buvette n'est tolérée dans un club licencié en vertu de la loi des licences. Il y aura en outre inspection des clubs avec accès à leurs livres et autres pièces justificatives. L'annexion des municipalités environnantes a aussi attiré notre attention sur les licences dans leurs territoires. Ainsi, désormais, les licences seront maintenues dans les limites appartenant antérieurement à la municipalité annexée et s'ajouteront au nombre fixé pour la Cité de Montréal.

Je ne ferai que mentionner en passant les licences personnelles. Elles ont mis fin aux abus que pouvaient se permettre quelquefois les propriétaires détenteurs de licences en abusant de leur situation, soit pour augmenter le bail ou en refuser le renouvellement. Aujourd'hui la liberté du locataire est plus assurée et moins exposée aux caprices d'un locateur par trop exigeant ou trop arbitraire.

Cette voie de réformes que nous avons adoptée, nous allons la continuer. Chaque année apporte ses besoins et demande une attention assidue.

Soyez assurés que notre surveillance ne se ralentira pas et qu'elle s'exercera sur tous également. Nous ne négligerons rien pour affirmer nos prérogatives et pour en augmenter le nombre selon les circonstances. Alors que nous étions attaqués de toutes parts, la lutte a dû être acharnée, mais aujourd'hui nos droits sont assurés et notre défensive consiste à conserver les positions gagnées.

L'Association-soeur de Québec a suggéré certains amendements à la loi générale. Nous les avons mis à l'étude et adoptés. Ils seront soumis, à la prochaine session du gouvernement local.

Je dois, en terminant, dire un mot au sujet du système que nous avons inauguré d'excursion annuelle. La dernière, qui a été faite à Valleyfield, a été couronnée de succès. Nous ne pouvons mieux faire que de continuer, chaque année, ces parties de plaisir qui nous offrent une occasion spéciale de nous réunir en famille et échanger gaiement nos idées.

Je ne saurais trop insister sur la question d'assistance aux assemblées. Tout membre devrait se faire un devoir impérieux d'être présent à nos réunions. Plus on est nombreux, plus la discussion est générale et intéressante. Chacun exprime sa pensée, de manière à voir, expose ses besoins, et de ce concours d'idées, se dégagent les réformes à apporter et les abus à faire disparaître. Plus nous serons nom-

breux dans nos assemblées, plus nous serons forts dans nos réclamations.

Nous allons inaugurer, durant le prochain exercice, un nouveau mode de convention qui devra avoir pour effet de mettre les membres dans l'impossibilité, à moins de raisons très valables, de ne pas assister aux assemblées. J'ose espérer que le résultat sera très satisfaisant. Il ne faut pas oublier que nous travaillons tous dans l'intérêt général de l'Association et que chaque membre doit prendre sa part du travail. C'est surtout dans une société comme la nôtre que le principe: "Tous pour un et un pour tous", trouve son application.

Je laisse maintenant la parole à M. le secrétaire.

VICTOR LEMAY,
Président.

Le rapport suivant du secrétaire est lu et soumis à l'assemblée qui l'adopte à l'unanimité:

Aux Membres de l'Association,

Messieurs:

Vos directeurs ont l'honneur de vous faire rapport sur l'exercice finissant le 31 décembre 1906, et de vous présenter certaines statistiques établissant l'état actuel de l'Association.

Grâce à nos efforts, nous pouvons dire que, spécialement à Montréal, parmi les hôteliers et ceux qui sont intéressés dans le commerce des liqueurs, il y en a bien peu qui ne fassent pas partie de l'Association.

Au cours de l'année dernière, 68 membres ont été rayés de la liste, 14 ont envoyé leur démission qui a été acceptée, et 104 ont été admis. Nous comptons cette année 678 membres, dont 565 en règle avec la constitution au 31 décembre 1906, et 113 qui doivent des arrérages au montant de \$538.10.

Les membres qui doivent des arrérages sont répartis comme suit: 92 en dehors de la ville représentant \$349.10 et 24 dans la ville, représentant \$189.00.

Nous avons à déplorer la perte des membres suivants durant l'année qui vient de s'écouler:

Thomas Boston, Edm. Dalcourt, Mrs. Thos. O'Halloran, Randolphe Daly, E. Mathieu, L. Gherquière, Louis Payette, S. Arbour, Jos. Parker, Jos. Clément, P. J. Carroll.

Aux familles des défunts nous offrons nos plus sincères condoléances.

Il y a eu, au cours de l'année dernière, 8 assemblées générales et 13 assemblées du bureau de direction.

Ont fait acte de présence aux réunions des directeurs:

Le Président.	12 fois
Le Vice-Président.	12 "
Le Secrétaire.	13 "
Le Trésorier.	10 "
MM. Eug. Masse.	11 "
N. Gauthier.	7 "
Jos. Bariteau.	12 "

Jules Robin & Cie

COGNAC



LE

COGNAC

Jules Robin & Cie,

a été le leader sur le marché
canadien pendant au-delà d'un
demi-siècle et entend conser-
ver sa position

En vente chez tous les principaux
Négociants en Vins.

JOHN HOPE & CO.,

Agents pour le Canada,

H. A. Dansereau 10 fois
A. J. Ayotte 13 "
Nap. Tremblay 12 "

Le tout respectueusement soumis.
Montréal, 3 janvier, 1907.

L. A. LAPOINTE,
Secrétaire.

M. Victor Bougie, trésorier de l'Association expose son rapport financier pour l'année 1906, tel que vérifié, et qui indique un état très satisfaisant. Ce rapport est adopté à l'unanimité.

Il est proposé par M. Eug. Masse, secondé par M. Nap. Tremblay, que MM. Andrew J. Dawes, Lawrence A. Wilson, E. L. Ethier et A. Blondin, soient réélus Présidents Honoraires de l'Association.

Adopté à l'unanimité.

Le Président nomme comme Auditeurs pour le présent exercice, MM. F. A. Chagnon et Dan Daigneault.

Les noms des personnes suivantes sont soumis comme membres:

Laurence & Bélanger, hôteliers, 47 rue Craig ouest; E. F. Sharkey, hôtelier, 120 rue St-Jacques; Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd., vins et liqueurs, 246 rue St-Paul; Cousineau, Raymond & Hall, agts d'immeubles, 68 rue St-Jacques; Dame D. Bougeant, hôtelier, 32 rue St Laurent.

Puis l'assemblée s'ajourne.

LA FERMETURE DES BUVETTES A 7 HEURES LE SAMEDI

Un avis de motion a été présenté au Conseil Municipal de Montréal, en vue de faire passer par ledit Conseil Municipal, un règlement ordonnant la fermeture à 7 heures du soir, le samedi de chaque semaine, de toutes les buvettes d'hôtels et de restaurants.

L'art. 161 de la loi des licences de Québec permet aux conseils municipaux des cités, villes et villages, de passer un règlement en ce sens, et c'est en se basant sur cet article de la loi qu'a été passé le règlement No 400 de la Cité de Québec qui a eu force de loi le 1er septembre 1906 et dont nous avons parlé en son temps.

Le succès remporté à Québec par les buveurs d'eau les a mis en appétit et les voici maintenant à l'assaut du Conseil Municipal de Montréal pour lui arracher un règlement identique.

Il ne faut pas que les membres de l'Association des Commerçants Licenciés de Montréal se le dissimulent, ils devront lutter ferme, s'ils veulent empêcher le règlement de passer. Ils ont affaire à forte partie, à des gens tenaces, résolus et à qui on ne peut reprocher d'être, dans cette question, mus par un intérêt pécuniaire quelconque. C'est à ceux que les membres de l'Association ont mis à leur tête qu'il appartient de diriger le mouvement de résistance et de se montrer à la hauteur des circonstances.

AMENDEMENTS A LA LOI DES LICENCES

Des amendements à la loi des licences de la Province de Québec seront demandés pendant la présente session.

Entre autres, il est demandé que l'art. 161 soit modifié de manière que dans les cités de Québec et de Montréal, les buvettes ne puissent pas être fermées le samedi soir à 7 heures en vertu d'un règlement municipal.

Ces deux cités reçoivent un grand nombre de voyageurs, de touristes; leur population flottante est parfois assez considérable et elles ne peuvent être, sous certains rapports, traitées comme des cités, villes ou villages qui ne reçoivent pas d'étrangers. La buvette est, pour ainsi dire, inséparable d'un hôtel moderne, cependant on ne peut laisser ouvertes les buvettes d'hôtels et faire fermer celles des restaurants, car ce serait avantager les propriétaires des unes au détriment des propriétaires des autres et la loi ne le permet pas.

Dès lors, et puisque la buvette des hôtels où descendent les voyageurs est généralement reconnue comme un accessoire nécessaire de l'hôtel, pourquoi vouloir la fermer et, partant, pourquoi vouloir fermer en même temps celle des restaurants?

Pour être logique, il faudrait fermer en même temps tous les établissements où se vendent des spiritueux, y compris les épiceries. Cependant, personne ne songera, et pour cause, à fermer les épiceries le samedi soir à 7 heures.

Le mieux, en ce cas, est d'user dans des cités comme Québec et Montréal, d'une tolérance qui, ailleurs, pourrait n'avoir pas sa raison d'être. L'amendement à la loi des licences demandé par les associations des commerçants en vins et liqueurs des deux cités ci-dessus peut d'ailleurs se défendre à l'aide de nombreux arguments que les intéressés ne manqueront pas de faire valoir.

Une seconde modification à la loi des licences par l'adjonction à la fin du paragraphe 18 de l'art. 25 des mots: "et qu'alors les opposants soient jugés suivant le mérite de la preuve faite".

C'est-à-dire que, dans le cas où une demande d'ajournement aurait été faite pour l'octroi d'une licence de manière à ce que les commissaires puissent obtenir toutes les informations voulues, les commissaires devraient donner leur décision suivant la preuve faite à la date fixée pour l'ajournement.

Le troisième amendement demandé à la loi vise le paragraphe suivant de l'art. 29 de la loi dont on demande la radiation:

"Vu la diminution du nombre des licences dans la cité de Québec à 125 à partir du 1er mai 1907, le droit sur ces licences sera augmenté proportionnelle-

ment, de manière que le revenu total en provenant reste en tout temps le même qu'il était avant la réduction du nombre des licences".

Si ce paragraphe de la loi était maintenu, les hôteliers et restaurateurs de Québec devraient payer 20 p.c. en plus du prix antérieur de leur licence, ce qui serait injuste. La diminution du nombre des licences n'implique pas que les 125 licenciés restant augmentent leur chiffre d'affaires de la part des ventes qui incombait aux 25 qui disparaissent ou sont censés disparaître — car la loi autorisait 150 licences à Québec jusqu'au 1er mai 1907.

De plus, le règlement No 400 ordonnant la fermeture à 7 heures du soir, le samedi, nuit incontestablement au commerce des hôtels et restaurants et ce n'est pas quand les affaires deviennent pour eux plus précaires qu'on peut décemment les imposer davantage.

LES VOYAGEURS DE COMMERCE

Cercle de St-Hyacinthe

Il s'est formé, à St-Hyacinthe, l'automne dernier, dans un but social, un Cercle de Voyageurs de Commerce, dont le président est M. Séguin, voyageur de la maison Ewing, graines de semence; M. Rouleau en est le secrétaire.

Ces messieurs ont décidé de donner un banquet qui a eu lieu à l'hôtel Yamaska, samedi le 12 courant. A ce banquet étaient présents les deux membres du comté, M. Beauparlant [fédéral], et Morin [local], le maire Dr St-Jacques; M. Amyot, président de la Chambre de Commerce et tous les principaux marchands et manufacturiers de St-Hyacinthe. Le menu était splendide, les tables bien décorées et un grand enthousiasme a régné pendant toute la durée du banquet. Parmi les invités se trouvaient le président de l'Association des Voyageurs de Commerce du Dominion, M. E. D. Marceau; M. Robt. C. Wilkins, trésorier de la même Association; M. Moisan, 1er vice-président du Cercle des Voyageurs de Québec et M. Talbot, 2e vice-président du même cercle.

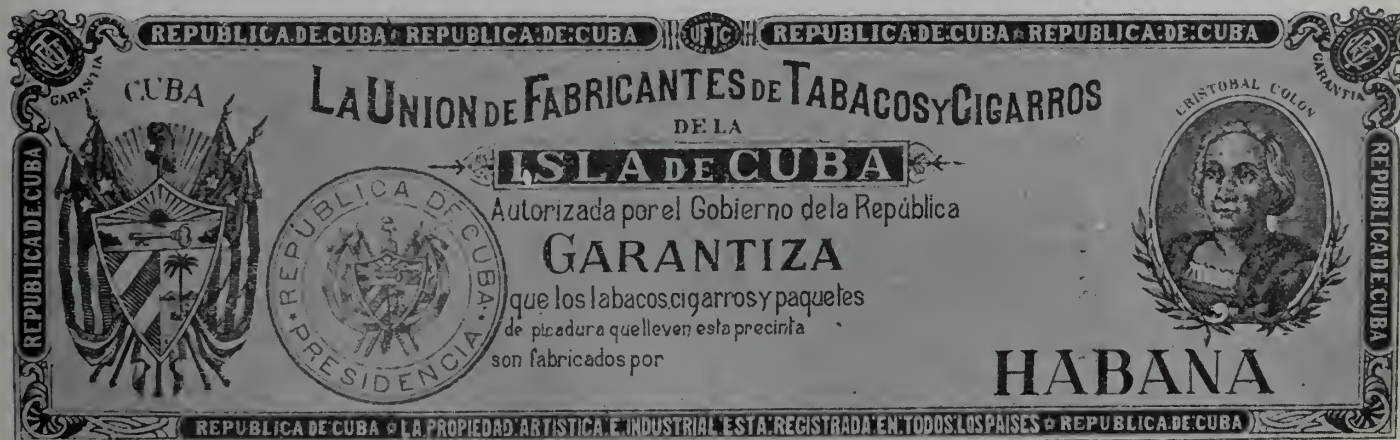
M. Séguin qui présidait prit le premier la parole et déclara, entre autres choses, que la commission des voyageurs à commission devrait être considérée comme un salaire et, par conséquent, une créance privilégiée, tandis que maintenant cette commission est considérée comme une créance ordinaire.

Les deux membres du comté eurent des paroles très aimables à l'égard du cercle, ainsi que le maire de St-Hyacinthe.

M. Amyot a parlé spécialement du commerce de St-Hyacinthe et des grands progrès accomplis durant les dernières années.

Facsimilé, grandeur naturelle, de la nouvelle ETIQUETTE, qu'avec l'autorisation du Gouvernement de la République, emploient les industriels qui constituent

"L'UNION DES FABRICANTS DE TABACS ET CIGARES DE L'ILE DE CUBA"



La vignette ci-dessus, est un facsimilé, grandeur naturelle, de la nouvelle ETIQUETTE, qu'avec l'autorisation du Gouvernement de la République, emploient les industrie's qui constituent la société : **"Union des Fabricants de Tabacs et Cigares de l'Île de Cuba,"** comme preuve de la provenance des tabacs, cigares et paquets de choix fabriqués à CUBA.

Les consommateurs de ces produits, qui désirent se procurer ceux qui se fabriquent à CUBA, avec de la véritable **"FEUILLE CUBAINE,"** ne devront pas acheter d'autres tabacs, cigares, et paquets de choix, que ceux qui portent sur leur enveloppe l'ETIQUETTE ou le sceau de garantie, de **"l'Union des Fabricants de Tabacs et Cigares de l'Île de Cuba;"** laquelle poursuivra, d'après la loi, ceux qui falsifient ou imitent, ou par tout autre moyen essayent de rendre inefficace la garantie qu'elle accorde.

COULEURS DE L'ETIQUETTE. — Elle est gravée en noir sur fond bleu pâle. Le facsimilé du sceau de la Présidence de la République est en bleu ciel.

Dans l'espace qui paraît non employé sur l'ETIQUETTE, est porté le nom du fabricant qui en fait usage.

BISQUIT

"Old Liqueur"

(20 ANS D'AGE)

— ET —

"Une Etoile"

BRANDY DE PUR RAISIN

Méfiez-vous des Substitutions.

Exportés par

Bisquit, Dubouché & Co.,

JARNAC — COGNAC

ETABLIS EN 1819.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

WALTER R. WONHAM & SONS,

MONTREAL.



M. E. D. Marceau est honoré de l'invitation qui lui a été faite d'assister au premier banquet du Cercle de St-Hyacinthe, qui lui permet de rencontrer d'anciens amis et d'en faire de nouveaux. Il dit tout le bien que peuvent faire les membres du Cercle, soit comme Association, soit comme particuliers. Chacun ici-bas a un rôle à jouer, la vie de chacun doit être utile au bien commun, à la Société en général. Il est des vertus indépendantes des religions et des nationalités, que chacun doit pratiquer aussi bien pour la satisfaction de sa propre conscience que pour remplir un devoir envers autrui. La conscience du "Devoir" accompli donne une tranquillité d'esprit incomparable; il faut parfois du "Courage" pour accomplir son devoir et aussi de la "Loyauté". Non pas le courage souvent irréflecti qui porte aux actions héroïques ni cette loyauté qui n'est que l'opposé du vulgaire mensonge et de l'hypocrisie, mais le courage qui demande un effort moral et la loyauté qui est faite de fidélité, de probité et de sincérité et ne s'incline pas devant les préjugés et les conventions mondaines.

La "Tolérance" est indispensable dans un pays comme le nôtre où les diverses races sont chaque jour en contact; de notre tolérance dépend l'avenir et le bonheur du pays.

Nous devons également cultiver notre intelligence et développer notre sens moral de manière à ne pas tomber dans la dépravation et afin de conserver notre dignité. Il est nécessaire aussi que nous travaillions à l'amélioration de notre système d'éducation; ici, amélioration ne veut pas dire bouleversement. Soyons instruits si nous voulons augmenter notre sphère d'influence. Nous dépensons des sommes énormes dans un but futile, même mauvais parfois, mais nous nous récrions quand il s'agit de donner quelques centins pour des fins d'éducation; cela ne devrait pas être.

Nous avons heureusement un premier Ministre dans la personne de l'Hon. M. Gouin qui est prêt à seconder les efforts de ceux qui veulent travailler à l'amélioration de notre système d'éducation, non seulement par des paroles d'encouragement et de bons conseils mais en leur accordant l'aide financière nécessaire au succès pour peu qu'ils y mettent eux-mêmes de la bonne volonté.

Nous avons, nous Canadiens, l'amour du travail, l'intelligence et l'ambition. Il ne nous manque que l'instruction; travaillons donc de toutes nos forces pour l'obtenir et je puis vous assurer d'avance que lorsque nous la posséderons, l'avenir de notre race sera assuré et brillant.

M. Wilkins, a demandé d'une manière très spirituelle aux voyageurs allant dans l'Ontario de parler des beautés de la Pro-

vince de Québec et a fait une description très pittoresque de notre province.

M. Moisan de Québec fit un très beau discours sur les qualités du voyageur de commerce.

Parmi les orateurs du cercle on a remarqué les discours de M. Duckett, de MM. A. McDougall, marchands de laines en gros, à Montréal, ainsi que ceux de MM. Cabana et Giard.

LES FAILLITES AU CANADA EN 1906

D'après les rapports publiés par l'agence R. G. Dun & Co., les faillites au Canada, pendant l'année terminée le 31 décembre dernier, ont été de 1,184 en diminution de 163 sur le nombre de l'année précédente. Le passif pour le nombre total des faillites a été de \$9,085,773 en 1906, contre \$9,854,659, soit une diminution en valeur de \$768,886.

Deux fois seulement depuis 1882 le nombre des faillites a été moins grand qu'en 1906; et, depuis dix ans, l'année 1903 seule a été mieux partagée sous le rapport de l'importance du passif. Mais il est bon de dire que si l'on tient compte de l'augmentation constante des affaires depuis un certain nombre d'années, l'année 1906 a été exceptionnellement remarquable au point de vue du nombre et du passif réduits des faillites.

Voici par provinces comme se décomposent le nombre, l'actif et le passif des faillites:

Prov.	No	Actif	Passif
Ontario . .	445	\$2,387,674	\$3,197,491
Québec . .	469	3,025,180	4,426,554
Colombie-Ang.	44	226,043	236,666
N.-Ecosse . .	56	136,875	285,950
Manitoba . .	107	453,200	441,600
N.-Brunswick	36	134,530	281,382
Ile P.-Ed. . .	9	47,100	109,180
Alberta . .	18	88,450	107,000
Total . . .	1,184	\$6,499,052	\$9,085,773
Total, 1905	1,347	6,822,005	9,854,659

FEU NARCISSE RIOUX

Le commerce de Québec vient de perdre une de ses personnalités les plus en vue, M. Narcisse Rioux, épiciier en gros et l'un des capitalistes les plus notables de la vieille cité, décédé le 1er janvier.

M. Rioux qui était natif de Trois-Pistoles, était venu se fixer, il y a environ 45 ans, à Québec. Il débuta dans les affaires de la façon la plus modeste et, il y a quelque 30 ans, après avoir réussi dans le commerce de détail, il fonda la maison de gros d'épicerie et de vins et liqueurs qui n'a cessé de prospérer depuis sa fondation. En 1888, M. Rioux s'associa M. Charles Petitgrew, un de ses anciens employés dont il avait pu apprécier le dévouement, l'activité et la science des affaires. La confiance bien méritée qu'il avait placée en M. Petitgrew

permit à M. Rioux de prendre une part active à la direction et à la gestion de différentes entreprises d'intérêt privé ou public et dans lesquelles il apporta l'appui autorisé de ses connaissances d'hommes d'affaires et d'administrateur habile.

M. Narcisse Rioux était, en effet, l'un des directeurs très écoutés de la Banque Nationale qui perd en lui un homme aussi expérimenté que prudent. M. Rioux était en même temps l'un des plus forts actionnaires de cette banque. Il a, pendant plusieurs années, représenté au Conseil de Ville de Québec, le quartier St-Pierre; il était également, à sa mort, l'un des membres de la Commission du Havre de Québec et l'un des directeurs de la Compagnie du Pont de Québec.

On peut dire de M. Rioux qu'il a eu une carrière bien et honorablement remplie et que, si la fortune et les honneurs lui ont souri, il ne les a dus qu'à son travail, à son énergie et à sa volonté tenace. Il avait 69 ans quand la mort l'a terrassé et ceux qui le connaissaient espéraient qu'il verrait de plus longs jours.

Nous offrons à la famille de M. Narcisse Rioux nos plus sincères condoléances.

* * *

DECES DE M. L. McGLASHAN

Une dépêche de Los Angeles, Californie, annonce la mort de M. Léonard McGlashan, riche et important manufacturier de Niagara Falls, Ontario. M. McGlashan avait été pendant de nombreuses années à la tête de la Ontario Silver Plate Company.

* * *

FEU A. A. WILSON

M. Alexandre A. Wilson, ancien négociant en feronneries, est décédé le 19 courant à l'âge de 72 ans, après une attaque de paralysie.

M. A. A. Wilson qui était honorablement connu dans les cercles commerciaux, après avoir été pendant une cinquantaine d'années à la tête d'une maison de commerce importante et prospère, laisse une veuve et trois enfants: Mme Cornéliier, née Emma Wilson, M. Lawrence A. Wilson, négociant en vins et liqueurs et M. Louis Wilson.

Nous offrons à la famille nos sincères condoléances.

L'attention des lecteurs de "Liqueurs et Tabacs" a sans doute été attirée par la remarquable affiche du whisky Dewar qui est située au coin des rues Craig et St-Laurent. Cette affiche est sans nul doute la plus "up-to-date" qu'il y ait au Canada, en ce sens qu'elle est changée tous les jours de la semaine, à l'exception du dimanche.

Les dimensions de cette affiche sont également imposantes, elle mesure 30 pieds de largeur par 12 pieds de hauteur.



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.

“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR

HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.

WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS :

LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS : WALTER R. WONHAM & SONS

6 RUE ST SACRAMENT, MONTREAL

Nous présentons aux lecteurs du *"Prix Courant"*, un des membres les plus connus de l'Association des Voyageurs de Commerce du Dominion, M. J. Bevans Giles.

Bien que tout jeune encore, M. J. B. Giles a déjà su se créer une position des



M. J. Bevans Giles

plus enviables dans le monde des affaires et dans la société de Montréal: Il est actuellement chargé du département des ventes de la Radnor Water Co, tout en visitant le commerce de la ferronnerie en gros pour le placement des divers produits de l'importante maison Drummond, McCall & Co., propriétaires de plusieurs hauts-fourneaux et aciéries, et importateurs de fers et aciers.

M. J. B. Giles est natif de Ste-Catharines, Ont., et vint à Montréal en 1881. Après avoir été pendant six ans employé dans les bureaux de la Bank of Commerce, M. Giles entra chez MM. Drummond, McCall & Co., et parvint à la position qu'il occupe aujourd'hui dans cette maison.

M. Giles est membre, depuis 1896, de l'Association des Voyageurs de Commerce du Dominion, dont il est maintenant un des directeurs. Depuis qu'il en fait partie, il a pris une part active aux affaires de l'Association, notamment dans l'organisation des banquets annuels où il a souvent fait valoir son talent de chanteur très apprécié de ses collègues.

Si l'eau minérale de "Radnor", que M. J. B. Giles a su rendre si populaire "mixes with everything", — c'est là, croyons-nous, une de ses principales qualités que l'on fait valoir — on peut dire de son représentant que lui aussi se mêle avec autant d'activité que d'intelligence et de dévouement à toutes les affaires d'une association dans laquelle il occupera certainement avant peu une des principales charges.

LE VOTE DES VOYAGEURS DE COMMERCE PAR LETTRE

Il se fait un mouvement, parmi les voyageurs de commerce, en faveur d'une loi qui leur permettrait de voter par lettre. Il y a au Canada dix-huit ou vingt mille voyageurs de commerce et, dans les conditions actuelles, un vote intelligent est perdu.

En sa qualité de représentant d'un des plus grands établissements de lithographie de ce continent, la Freyseng Cork Co., Limited, est en mesure de fournir dans les meilleures conditions possibles, des étiquettes de toutes sortes telles que celles dont on fait usage pour le vin, le gin, le whisky, le brandy, le rhum, etc. La maison a un grand nombre de modèles à présenter à ses clients et dans la quantité ils peuvent être certains d'en trouver plusieurs à leur convenance.



M. J. M. Wilson,

Chef de la maison Boivin, Wilson et Cie, président de la Melcher's Gin & Spirits Distillery Co., Ltd., nouvellement élu directeur de la Banque d'Hochelaga.

L'AIR LIQUIDE DANS LES BOISSONS

L'air liquide, disait un hôtelier, formera bientôt partie de toutes les boissons froides. Il est des milliers de fois plus frais que la glace et n'occupe aucun espace. La plus petite goutte d'air liquide refroidit une limonade plus efficacement qu'un morceau de glace de la grosseur de la tête.

Jusqu'ici l'air liquide était trop dispendieux pour qu'on l'employât à rafraîchir les boissons. Maintenant il n'y a aucune raison pour que tout hôtelier entreprenant ne l'introduise pas dans son commerce.

Un chimiste m'a préparé, l'autre jour, du whisky et soda et, dans cette boisson piquante, é moussillante, à la couleur am-

brée, il laissa tomber une toute petite goutte d'air liquide.

Une magnifique réaction se produisit aussitôt. La goutte d'air montait et descendait, brillant comme du diamant. Le whisky et le soda bouillonnaient en sifflant: un véritable geyser.

Le verre se couvrit d'une buée froide et humide et un brouillard délicat et aromatisé s'éleva dans l'air. Cela dura deux ou trois minutes, puis toute cette agitation agréable cessa et il resta dans le verre un morceau de la glace de la grosseur d'une cerise. Bientôt la glace fondit et j'absorbai mon breuvage. Mais que c'était froid!

Remarquez ce que je dis: L'air liquide remplacera bientôt la glace dans les boissons froides et vous entendrez dans chaque café: Garçon, une limonade à l'air liquide, trois "rickeys" à l'air liquide.

CALENDRIER

Nous accusons réception avec remerciements du calendrier que nous ont adressés la maison J. M. Douglas & Co., Montréal, agents pour le whisky Ecossais de Dewar. La maison J. M. Douglas & Co., fête, en 1907, le 50^e anniversaire de sa fondation; nous la prions, à cette occasion, d'accepter nos meilleurs compliments.

MM. Motard, Fils et Sénécal nous rapportent une excellente demande pour toutes les spécialités de la maison, telles que le Cognac V. Fournier et le Vin Phosphaté des RR. PP. Trappistes. La collection procède avec régularité.



M. L. E. Geoffrion,

Associé de la maison L. Chaput, Fils et Cie, commissaire du Port de Montréal.

MM. S. B. Townsend & Co., nous avisent que les affaires pour les ordres d'importation sont très actives; on remarque une augmentation notable dans les commandes pour les whiskies écossais Mountain Dew, de Sanderson, de même que pour les gins Kiderlen.

JOHN HOPE & CO., MONTREAL.

Seuls Agents au Canada de:

MM. John de Kuyper & Son.....	ROTTERDAM.....	<i>Gin de Hollande</i>
“ Martel & Co.....	COGNAC.....	<i>Cognacs.</i>
“ Jules Robin & Co.....	“	<i>Cognacs.</i>
“ Cockburn, Smither & Co.	OPORTO.....	<i>Vins de Port.</i>
M. M. Misa.....	XERES DE LA FRONTERA...	<i>Sherries.</i>
“ S. Darthez.....	REUS (TARRAGONE).....	<i>Ports Tarragone.</i>
MM. Barton & Guestier.....	BORDEAUX.....	<i>Clarets, Sauternes et Huile d'Olive.</i>
“ Deinhard & Co.....	COBLENZ.....	<i>Hocks et Moselles.</i>
“ C. Marey & Liger-Belair.....	NUITS.....	<i>Bourgognes.</i>
“ E. & J. Burke, Limited.....	DUBLIN & LIVERPOOL.....	<i>Guinness's Stout, Bass's Ale, Whiskies Irlandais et Rhum de la Jamaïque.</i>
“ C. G. Hibbert & Co.....	LONDRES.....	<i>Bass's Ale.</i>
“ Bulloch, Lade & Co., Limited... ..	GLASGOW.....	<i>Whiskies Ecossais.</i>
“ Cantrell & Cochrane, Limited.....	BELFAST ET DUBLIN.. ..	<i>Ginger Ale, Soda et Eau de Seltz.</i>
“ Field, Son & Co.....	LONDRES.....	<i>Sloe Gin, Orange Bitters, Rhum de la Jamaïque.</i>
“ Moet & Chandon.....	EPERNAY.....	<i>Champagnes.</i>
Booth & Co's. (LONDRES)..... <i>Old Tom et Dry Gin.</i>		

PEUPLONS NOTRE PROVINCE

Les chiffres officiels portent à 189,064 le nombre des immigrants arrivés au Canada de juillet 1905 à juin 1906, ces deux mois inclus, et on estime que les trois-quarts de ces immigrants se sont dirigés sur le Manitoba, la Saskatchewan et l'Alberta. Le reste se partagerait entre les autres provinces et notamment Ontario en premier lieu et Québec en second lieu.

Nous ne connaissons pas, faute de documents, le nombre des habitants de la province de Québec qui sont allés s'établir dans l'Ouest durant les douze mois ci-dessus, mais il représente pour notre province une perte assez sensible.

La prospérité dont notre province a joui durant ces dernières années, à l'égal des autres provinces du Canada, a heureusement entravé le mouvement de nos troupes qui, autrefois, se portaient en masse vers les Etats-Unis. Nous croyons même qu'actuellement il revient au Canada plus de Canadiens qu'il n'en part aux Etats-Unis, mais malheureusement pour notre province, c'est l'Ouest qui fait les gains en grande partie.

La province de Québec n'offre pourtant pas moins de ressources que les autres provinces du Canada aux immigrants. Ses immenses forêts, ses mines de toute nature pourraient et devraient être exploitées sur une échelle bien plus vaste qu'elles ne le sont en ce moment. Son sol ne manque pas de fertilité, non plus, et dans les régions du Nord, où bientôt passera la locomotive, il existe des étendues de terre incommensurables dont la fertilité est comparable à celle des meilleures terres à blé de l'Ouest.

Dans ces conditions, nous devrions pouvoir non seulement retenir nos propres habitants dans notre province, mais encore faire en sorte qu'un plus grand nombre d'immigrants s'y fixent.

Les progrès dans la population de notre province ne sont guère dus qu'à la natalité, grâce à la fécondité de notre race. Mais cet élément de progrès n'est pas suffisant si nous voulons que la province de Québec tiennent un rang honorable dans le concert des provinces de la Puissance.

N'oublions pas que le nombre des représentants de chaque province à la Chambre des Communes est basé concurremment sur le nombre fixe des représentants de la province de Québec et le nombre variable de ses habitants.

Par conséquent, plus les autres provinces feront de progrès dans leur population et plus aussi nous devons en faire pour ne pas déchoir dans la proportion du nombre total des représentants au Parlement. Car, si le nombre de nos députés à la Chambre des Communes reste invariable, quel que soit le chiffre de notre population, il n'en est pas de même des autres provinces.

La Législature provinciale va bientôt

entrer en session et nous croyons qu'elle devrait étudier, d'accord avec le gouvernement, les mesures les plus propres à provoquer un grand mouvement d'immigration dans notre province. Jusqu'ici, faute de ressources, on a peu fait pour la colonisation; le rajustement du subside fédéral permet heureusement au gouvernement provincial de faire mieux à l'avenir. Espérons donc en une politique de colonisation.

MM. John Robertson & Son, Ltd., nous communiquent qu'au dernier banquet du Lord Maire, à Londres, la seule fine champagne placée sur la table a été celle de MM. Denis, Mounié & Co.

de la Champagne, la production totale est de 300,000 fûts. Sur cette quantité, 200,000 fûts ont déjà été achetés par les expéditeurs à des prix plus élevés de 50 à 60 pour cent que ceux qui avaient cours l'année dernière. Une maison a acheté aux producteurs 24,000 fûts en un seul lot. Dans la région de Cognac, depuis 1878, année où le phylloxera a ravagé les vignobles, le brandy a été de qualité inférieure; mais sa qualité ne fera que s'améliorer, parce que le raisin et le vin sont abondants.

L'annonceur sage, non seulement profite de sa propre expérience, mais, aussi bien, de celle des autres annonceurs.



M. H. Laporte, chef de la maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, le nouveau président de la Banque Provincial du Canada.

LA CUVÉE 1907 EN FRANCE

Les rapports officiels provenant des districts producteurs de vin en France indiquent que la diminution en quantité, déjà prédite de bonne heure dans la saison est de trente pour cent; mais la qualité des vins de Champagne, de Bourgogne et de Bordeaux est excellente. Les grands vins de Bordeaux de la cuvée de 1907 peuvent devenir égaux à ceux des célèbres années 1864, 1875 et 1900. En Bourgogne, le raisin des vignobles de Chambertin et Corton a été vendu \$50 les 100 kilos (220 livres); c'est le prix le plus élevé que ce raisin ait atteint depuis de nombreuses années. Dans le district

Au premier dîner annuel des Voyageurs de Commerce du District de St-Hyacinthe, qui a eu lieu le 12 janvier, à l'Hôtel Yamaska de St-Hyacinthe, le seul Champagne servi a été celui de la marque Victor Clicquot, de même que le seul Cognac bu par les convives a été celui de la marque Lucien-Foucauld.

Ces deux marques très appréciées des connaisseurs sont représentées au Canada par MM. Bernard & Laporte, 253-255, rue St-Paul, Montréal.

Depuis que MM. S. B. Townsend & Co. sont devenus les représentants au Canada pour le Pale Ale et les autres bières de la célèbre brasserie Bass & Co., ils ont réussi à placer ces bières en fûts dans un grand nombre des principaux hôtels de Montréal.

MADE IN CANADA



POUR LA PRÉPARATION DE BOISSONS
RAFRAICHISSANTES, LIQUEURS DISTIL-
LÉES AU CANADA, D'APRÈS LES MEIL-
LEURES FORMULES ET AVEC LES MEIL-
LEURS GRAINS. LEUR AGE LEUR
DONNE UN BOUQUET QUE N'ONT PAS
LES LIQUEURS IMPORTÉES.

Club Old Tom Gin

ET

MADE IN CANADA

Colonial London Dry

SONT INSURPASSABLES DANS LA PRÉPA-
RATION D'UN COCKTAIL OU D'UN JOHN
COLLINS. PRIX ET ECHANTILLONS GRA-
TITS FOURNIS SUR DEMANDE.

BOIVIN, WILSON & CIE, Distillateurs et Importateurs,

520, rue St-Paul, Montreal.



LES COLIS POSTAUX ET LE COMMERCE DE DETAIL

Il doit être présenté au Parlement, pendant la session actuelle, un projet de loi dont le but serait d'établir un Service de Colis Postaux à bon marché qui rentrerait dans les attributions du Département des Postes. Le Département des Postes se chargerait non seulement de la livraison des paquets, mais encore du recouvrement du montant des factures relatives aux dits paquets.

Les marchands de détail des villes et des campagnes comprendront, sans qu'il soit nécessaire de s'étendre longuement sur ce sujet, combien menaçant est pour eux un tel projet de loi.

A qui profiterait ce Service de Colis Postaux qu'on se propose d'établir?

A quelques maisons seulement; notamment à celles qu'on désigne communément sous le nom de 'Mail Order Houses' et pour lesquelles nous ne trouvons pas d'équivalent en français. On sait que ce sont des maisons dont la spécialité est de faire des ventes au moyen de catalogues répandus à profusion dans tout le pays. Ces maisons envoient des marchandises contre remboursements [C.O. D.] jusque dans les localités les plus reculées au détriment du commerce de détail local.

Le Service des Colis postaux à bon marché permettrait également aux Grands Magasins à Départements des principaux centres d'étendre partout leur action. Il en serait spécialement ainsi des Grands Magasins qui ont créé et mis en opération un Département des Ordres par Correspondance. Leur action ne peut s'étendre qu'aux dépens des commerçants de détail de moindre importance, aussi bien dans les cités et les villes que dans les villages.

Dans les centres importants le commerce de détail se concentre déjà depuis quelques années en un petit nombre de mains puissantes au grand dommage de la classe des commerçants de moindre envergure. Les grands magasins à départements tendent chaque jour de plus en plus à éteindre la concurrence et à se transformer en Monopoles et en Trusts au désavantage évident de la Société en général.

Le projet de loi en question, s'il était adopté par le Parlement, permettrait à ces grands magasins d'atteindre plus facilement la clientèle des marchands de la campagne qui, jouissant aujourd'hui de la prospérité générale, seraient réduits bientôt à la portion congrue.

C'est donc au profit de quelques marchands ou plutôt de quelques capitalistes et au détriment des nombreux marchands détaillants des cités, villes et campagnes que serait créé le Service des Colis Postaux projeté.

Nous ne serions pas surpris de voir

derrière ce projet de loi les grandes maisons à départements.

Le gouvernement ne doit pas, ne devrait pas se laisser influencer par des perspectives de supplément de recettes pour le Département des Postes. Ses surplus annuels le dispensent de chercher de nouvelles sources de revenus, surtout quand les recettes à provenir du Service à créer sont en opposition aux intérêts de la classe commerciale en général.

Nous avons dit combien le commerce de détail serait atteint par le projet de loi s'il devait devenir loi. Mais ce n'est pas seulement le commerce de détail qui serait menacé, le commerce de gros en serait également frappé, car il ne peut prospérer s'il n'a une clientèle de détaillants prospères eux-mêmes.

Nos lecteurs verront, d'après ces quelques réflexions, qu'un Service de Colis postaux à bon marché ne pourrait que leur être préjudiciable. Nous les engageons fortement à s'opposer par tous les moyens en leur pouvoir à l'établissement du Service en question. Que tous voient leurs députés ou leur écrivent pour protester contre la mesure projetée. Que les diverses associations de marchands élèvent leur voix et le projet de loi ne verra pas le jour.

LES MOTS "CLARET" ET "GRAVES"

Le mot claret est un terme qui n'a aucune signification en France. En réalité, ce mot y est tombé en désuétude et n'y a pas été employé dans le sens qu'on lui donne en Amérique depuis plus d'une centaine d'années. Le claret s'appelle, en France, vin de Bordeaux. Ce terme dérive de "clairét", mot qui, en vieux français, signifiait "clarifié". Reste à savoir pourquoi on applique ce terme à des vins rouges qui sont loin d'être clairs.

On commet la même erreur avec le mot "graves", qu'on emploie en Amérique pour désigner du vin blanc. Le graves est aussi souvent rouge que blanc.

Un des vins de Bordeaux de haute qualité, le Haut-Brion, est un graves. Il n'y a pas d'endroit en France portant le nom de Graves. Ce mot vient d'un terrain sablonneux spécial; les vignobles qui produisent le vin connu sous ce nom s'étendent le long de la rive gauche de la Gironde, à partir de Bordeaux jusqu'à environ vingt milles vers le sud.

Parmi les nombreuses spécialités qu'elle a nouvellement ajoutées à celles dont elle disposait déjà, la Freyseng Cork Co., Limited, en a une qui vaut vraiment la peine d'être examinée par les embouteilleurs. Il s'agit des wagonnets [trucks] plate-forme pour embouteilleurs pour le transport des caisses dans les salles d'embouteillage. Ces wagonnets, quoique d'une construction très soignée, sont d'un prix relativement bas.

LES BOISSONS DOUCES

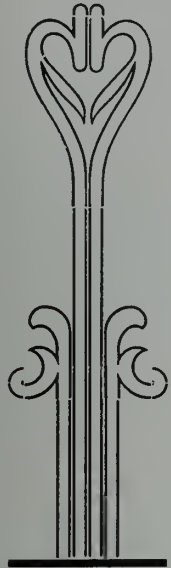
Dans un journal allemand, le docteur Bode publie le rapport d'un certain nombre d'analyses de boissons soi-disant non-alcooliques, analyses qui démontrent qu'un grand nombre de ces breuvages contiennent de l'alcool en quantités plus ou moins considérables, très peu inférieures à la quantité d'alcool contenue dans la bière. Un certain nombre de ces breuvages, examinés au microscope contenaient tous des levures variées et quelques-uns des bactéries.

On peut distinguer deux groupes de boissons non alcooliques. Le premier groupe comprend les boissons du genre effervescent Bilz. Ce sont en général des eaux sucrées, colorées, parfumées par des essences; elles peuvent être considérées comme les boissons les plus dispendieuses et ayant le moins de valeur qui aient jamais été offertes au public.

Le second groupe comprend les breuvages qui, outre du sucre, contiennent des imitations de jus de fruits, des substances aromatiques, de l'extrait de malt et de matières végétales. Leurs fabricants peuvent se figurer que les substances mentionnées ne peuvent pas être remplacées simplement par des essences, qui sont destinées uniquement à donner du goût, mais qu'une boisson saine exige aussi des albuminoïdes naturels, des sels nourissants, etc. La manipulation de ces substances et leur conservation offrent toutefois des difficultés. Un simple mélange de jus et d'eau, chargé d'acide carbonique ne suffit pas à empêcher la fermentation dans la bouteille. On distingue donc surtout ces breuvages par une quantité relativement forte d'alcool et une flore riche de micro-organismes. Ils arrivent donc sur le marché dans un état instable et quelquefois en mauvaise condition. A ces propriétés peu désirables vient s'ajouter la présence de substances préservatrices, de couleurs au goudron et de saponines, employées pour produire de la mousse et qui, d'après des déclarations récemment faites par le docteur Beythyn et le professeur E. Schaer, sont loin d'être inoffensives.

Les vins de Bourgogne sont depuis longtemps reconnus par les médecins comme d'excellents toniques. Un bon repas ne va guère sans une bouteille de vin de Bourgogne. La maison Laporte, Martin & Cie, Limitée, Montréal, s'est assurée la représentation de la maison Morin, Père et Fils, de Beaune, pour la vente des vins de cette maison au Canada.

Nous rappelons à nos lecteurs que MM. John Robertson & Son, Ltd., sont les seuls agents au Canada pour les Vins de Port et de Sherry portant la marque Feuerheerd. Ce sont les vins les plus approuvés sur les marchés d'Europe et d'Amérique.



Quand vous pensez à de l'eau-de-vie fine, vous pensez
naturellement au

BRANDY 3 ETOILES

DE HENNESSY

C'est le pur esprit — obtenu par l'antique procédé de
l'alambic à feu nu, du raisin cultivé dans le district de
Cognac, Charente, France.

L'Art de vieillir les BRANDIES de HENNESSY — pour
en développer le BOUQUET — a été transmis de père
en fils, de génération en génération.

Le Brandy "HENNESSY'S 3 STAR" est garanti
avoir plus de 12 ans d'âge.

"STANDARD"

(E. W. PARKER, MONTREAL)

HIGH WINES

ET

ALCOOL

UN ALCOOL NEUTRE ET INCOLORE
CONVENANT A TOUS LES USAGES

Garanti par le Gouvernement Canadien
avoir mûri en Entrepôt pendant deux ans.

GILLESPIES & CO.
Agents Vendeurs
MONTREAL.

LA LOI DES LICENCES DE QUEBEC

Comprenant tous les amendements à date

Titre et Application

(Suite).

CXLII. Quand le percepteur du revenu de la province a été informé de cette révocation par le tribunal ou par le greffier d'icelui, il doit en avertir la personne munie de la licence, et, sur cette notification, la licence devient nulle et de nul effet.

CXLIII. Si une personne munie de licence, qui a reçu avis régulier de l'annulation de sa licence, continue à tenir la maison ou le magasin autorisé par cette licence, et à y vendre des liqueurs enivrantes, elle devient passible des peines et amendes imposées par la présente loi, contre les personnes qui tiennent ces maisons ou vendent ces liqueurs sans licence.

CXLIV. Dans tous les cas où, en vertu des dispositions de cette loi, de l'acte de tempérance du Canada ou de l'acte de tempérance de 1864, le certificat d'un membre du clergé, d'un médecin pratiquant ou d'un juge de paix est requis pour la vente des boissons enivrantes, sans lequel certificat on ne peut obtenir légalement telles liqueurs, toute personne trouvée coupable d'avoir délivré faussement ce certificat, encourt une amende de pas moins de vingt-cinq piastres et de pas plus de soixante-quinze piastres; et toute personne trouvée coupable d'avoir obtenu ce certificat sous de faux prétextes, encourt une amende de pas moins de quinze piastres et de pas plus de cinquante piastres, à la discrétion de la cour. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 44).

CXLIV. La signature donnée en blanc par un membre du clergé, un médecin pratiquant ou un juge de paix, sur l'un des certificats mentionnés dans l'article 144, est une offense en vertu de cette loi; et toute personne qui s'en rend coupable, encourt pour chaque contravention, une pénalité de pas moins de vingt-cinq piastres et de pas plus de soixante-quinze piastres, à la discrétion de la cour. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 44).

CXLIVb. Dans tout cas de cession de biens volontaire ou judiciaire soumis aux commissaires des licences, au sujet du transfert d'une licence en vertu des dispositions des articles 36 et 37, si les dits commissaires découvrent que ce cas n'en est pas un d'insolvabilité *bona fide*, le propriétaire de la licence sera requis de payer le droit du transfert exigible dans les cas de transfert demandé par des personnes solvables, et le cédant encourra en outre, une pénalité de \$100.

CXLV. Toute personne qui, ayant violé quelqu'une des dispositions de la présente loi effectue un compromis, arrangement ou règlement à propos d'une offense, ou tente d'effectuer un compromis, arrangement ou règlement à propos d'une offense, avec une ou plusieurs personnes, dans le but d'empêcher qu'une plainte ne soit faite à ce sujet, ou, dans le cas où une plainte a été faite, dans le but de la faire disparaître de l'arrêter ou de la faire renvoyer faute de poursuite ou autrement, sera coupable d'une infraction à cette loi et passible d'une amende de cent piastres ou d'un emprisonnement n'excédant pas trois mois, à la discrétion de la cour.

CXLVI. Toute personne, partie ou concernée dans tel compromis, arrangement ou règlement mentionné dans l'article 145, est passible d'une amende de cinquante piastres ou d'un emprisonnement n'excédant pas trois mois, à la discrétion de la cour.

CXLVII. Le mari, la femme, le père, la mère, le frère, la soeur, le curateur, le tuteur ou le patron de toute personne qui a l'habitude de boire avec excès des liqueurs enivrantes;

Les commissaires de licences des cités de Québec et de Montréal, et, dans toutes les autres parties de la province, le conseil municipal ou le maire, le curé, le pasteur ou un juge de paix;

Le directeur ou le préposé chargé de la conduite de quelque asile, hôpital ou autre institution de charité dans laquelle cette personne réside ou est gardée;

Le curateur de l'interdit;

Le père, la mère, le frère, la soeur du mari ou de la femme de cet interdit; ou

Le tuteur ou curateur de tout enfant de l'interdit;

Peuvent donner avis par écrit, signé de leurs noms, à toute personne autorisée à vendre des liqueurs enivrantes ou qui en vend habituellement, de ne pas en vendre ou en livrer à la personne qui a cette habitude de boire avec excès ou à l'interdit.

Cet avis sera signé en double; un des doubles sera signifié à la partie par tout huissier de la cour supérieure pour le district, et cet huissier fera sous son serment d'office un rapport de la signification de cet avis.

CXLVIII. Si dans le cours d'une année d'avis, la personne ainsi avertie, vend ou livre telles liqueurs, soit par elle-même, soit par son commis, serviteur ou agent, autrement que sur demande spéciale pour des fins médicales, signée par un médecin pratiquant, à la personne ayant telle habitude, ou à tel interdit, celui qui a donné l'avis peut, par une action en dommages personnels,—si elle est intentée

dans le cours des six mois qui suivent la commission de l'offense,—recouvrer de la personne à qui l'avis a été donné la somme de dix piastres au moins et de cinq cents piastres au plus, suivant quelle est adjugée par le tribunal ou le jury, à titre de dommages-intérêts.

CXLIX. Toute femme mariée peut, nonobstant l'article 176 du Code civil, intenter une semblable action en son propre nom, sans l'autorisation de son mari.

Tous les dommages recouverts par elle sont, dans ce cas, pour son seul usage.

CL. Dans le cas de décès de l'une ou de l'autre des parties à la poursuite, pourvu que l'identité de la personne à qui la liqueur est vendue soit connue de celui qui la vend au moment de la vente ou de la livraison, l'action et le droit d'action accordés par les articles 147, 148 et 149, subsistent contre ou en faveur de leurs représentants légaux respectivement.

CLI. Le maître d'auberge, du restaurant ou de toute autre maison où il se vend des liqueurs enivrantes, et toute personne par lui employée dans l'établissement, sont solidairement suies à une action en dommages envers les représentants d'une personne qui s'est enivrée dans l'établissement par suite de liqueurs à elle délivrées par ce maître ou cet employé, et qui, en conséquence de son ivresse, s'est suicidée, ou est morte de quelque accident causé par telle ivresse.

CLII. L'action, qui ne dure que trois mois à compter de la mort, peut être conjointe et solidaire ou distincte et séparée, contre chacun des individus ainsi responsables; les représentants de la personne ainsi décédée peuvent recouvrer la somme de pas moins de cent piastres et n'excédant pas mille piastres sur cette action, à titre de dommages-intérêts s'il leur en est accordé par le tribunal ou le jury.

CLIII. Si une personne en état d'ivresse commet un assaut ou endommage quelque propriété, celui qui, en contravention avec la présente ou avec toute autre loi, lui a livré la liqueur qui a produit cette ivresse, est assujéti, de la part de la partie lésée, à l'action civile pour les dommages causés à la propriété, solidairement avec l'auteur de l'assaut ou du dommage.

CLIV. Sans préjudice de l'action civile mentionnée dans les articles 148 à 153 inclusivement, quiconque contrevient à quelqu'une des dispositions de l'article 147 est passible des pénalités imposées par l'article 137.

CLV. Toute personne mineure ou majeure, qui achète d'une personne autorisée ou non en vertu de la présente loi des liqueurs enivrantes pour une personne réputée ivrogne d'habitude,

OTTO ZEPF, Gérant.

FREYSENG CORK COMPANY, LIMITED.

Coupés
à la Machine

BOUCHONS

Coupés
à la Main.



Nous tenons le Stock le plus Fort, le plus Complet et le plus Varié de :

Machines à Boucher, Machines à Capsuler,

Capsules à Bouteilles, Paniers à Bouteilles,

Broche à Bouteilles, Cire à Cacheter, Feuilles d'Étain—

Unies et de Couleur.

Paillons. Ceintures de Sauvetage en Liège.

655-661, RUE ST-PAUL,
MONTREAL, QUE.

TELEPHONE BELL: MAIN-844.

est passible pour chaque offense, d'une pénalité n'excédant pas cinquante piastres, et d'un emprisonnement n'excédant pas trois mois à défaut de paiement.

CLVI. Tout paiement en deniers ou en objets d'une valeur pécuniaire, pour la vente de liqueurs enivrantes fournies en contravention avec la présente loi, est censé avoir été fait sans cause et contre la loi.

CLVII. La répétition de tel paiement peut être obtenue de celui qui l'a reçu, par celui qui l'a fait, ou par sa femme sans l'autorisation de son mari, et par son père ou son tuteur, s'il est mineur; et tous actes et obligations quelconques, faits et convertis, en tout ou en partie, pour ou à raison de liqueurs ainsi livrées en violation de la loi, sont nuls, sauf les droits des tiers.

CLVIII. Nulle action ne peut être maintenue pour et à raison de la livraison de liqueurs vendues en contravention avec la présente loi.

Cet article n'affecte pas l'article 1481 du Code civil.

CLIX. Tout percepteur du revenu de la province et tout homme de police, constable ou autre personne à ce autorisée par écrit par un percepteur du revenu de la province ou son adjoint, un juge de paix, un juge des sessions de la paix, un magistrat de police ou un recorder, peut entrer—même par force si on en refuse l'entrée—dans tout lieu de fréquentation publique non sous licence, où il y a lieu de soupçonner que des liqueurs enivrantes sont exposées en vente, faire la recherche et ouvrir, avec toute l'aide nécessaire, même de force sur refus de le faire, les armoires et les réceptacles où il croit que ces liqueurs sont enfermées.

S'il y découvre des liqueurs enivrantes il doit les saisir, ainsi que les vaisseaux qui les contiennent, et les mettre sous la garde et en la possession du percepteur du revenu du district, en attendant que le tribunal en ait disposé par un jugement.

CLIXa. Chaque fois que des liqueurs enivrantes sont apportées dans un district de revenu de cette province dans des récipients quelconques qu'ils soient ou non étiquetés ou marqués comme contenant des liqueurs enivrantes ou étiquetés ou marqués comme contenant des marchandises, effets ou articles autres que des liqueurs enivrantes, si elles sont en quantité suffisante pour faire soupçonner qu'elles ont été ainsi apportées dans le but de les vendre et si elles sont adressées à une personne non licenciée, en vertu de cette loi, pour vendre des liqueurs enivrantes, et que le percepteur du revenu de la province ait raison de soupçonner que cette personne les obtient dans le but de les

vendre, ou si cette personne a déjà été condamnée pour contravention à la loi des licences de Québec, le percepteur du revenu de la province peut, personnellement, ou par son assistant, ou par toute autre personne par lui autorisée à cet effet, examiner et ouvrir ces récipients partout où il se trouvent, avec toute l'aide nécessaire, et même par force en cas de résistance, et en examiner le contenu, et, si les récipients contiennent des liqueurs enivrantes le percepteur du revenu de la province procède de la manière prescrite par le second alinéa de l'article 159; et toute personne qui gêne ou trouble le percepteur ou une personne agissant sous son autorité, dans l'exécution des dispositions de cet article est passible de la pénalité prescrite par l'article 344. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 45).

CLIXb. Dans le cas où des liqueurs enivrantes ou autres effets ou marchandises ont été saisis pour contravention à la présente loi par un percepteur du revenu de la province ou son représentant autorisé, si ces liqueurs ou ces autres effets ou marchandises n'ont pas été confisqués par ordre du tribunal durant le délai accordé par l'article 223, faute par le percepteur de connaître le nom de la personne à qui ou chez qui ces liqueurs ou autres effets ou marchandises ont été saisis, ou par suite du fait que cette personne n'a pu être trouvée dans la province, de manière qu'une sommation pût lui être signifiée durant le délai accordé par le dit article 223, ces liqueurs ou autres effets ou marchandises ainsi saisis, à moins d'être réclamés par leur propriétaire dans le délai de quatre mois, si ce sont des liqueurs, et le délai d'un an, si ce sont d'autres effets ou marchandises, devront être considérés comme confisqués à l'expiration de ce délai, et seront vendus par le percepteur, conformément aux dispositions des articles de cette loi concernant la vente des liqueurs ou autres effets ou marchandises confisqués.

CLX. Tout membre de la police du revenu portant l'uniforme a droit de pénétrer en tout temps dans l'établissement de toute personne munie d'une licence en vertu de cette loi.

Pour refus d'y laisser entrer cet officier, telle personne est sujette à une amende de trente piastres.

CLXa. Le trésorier de la province peut, de temps à autre, à sa discrétion, autoriser un officier du revenu à prendre des échantillons de liqueurs enivrantes gardées ou exposées en vente dans tout établissement licencié de la province et à les faire examiner par un analyste compétent: et, s'il est prouvé que cette liqueur est de mauvaise qualité et impropre à la consommation, le porteur de la licence chez qui oet

échantillon a été pris, encourt une amende de vingt-cinq piastres au moins et de cinquante piastres au plus, et il est tenu de payer le coût de l'analyse. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 46).

SECTION XXVIII

DISPOSITIONS CONCERNANT CERTAINS DROITS DE MUNICIPALITÉS.

§ 1.—*Règlements municipaux pour la fermeture des locaux où l'on vend des liqueurs enivrantes*

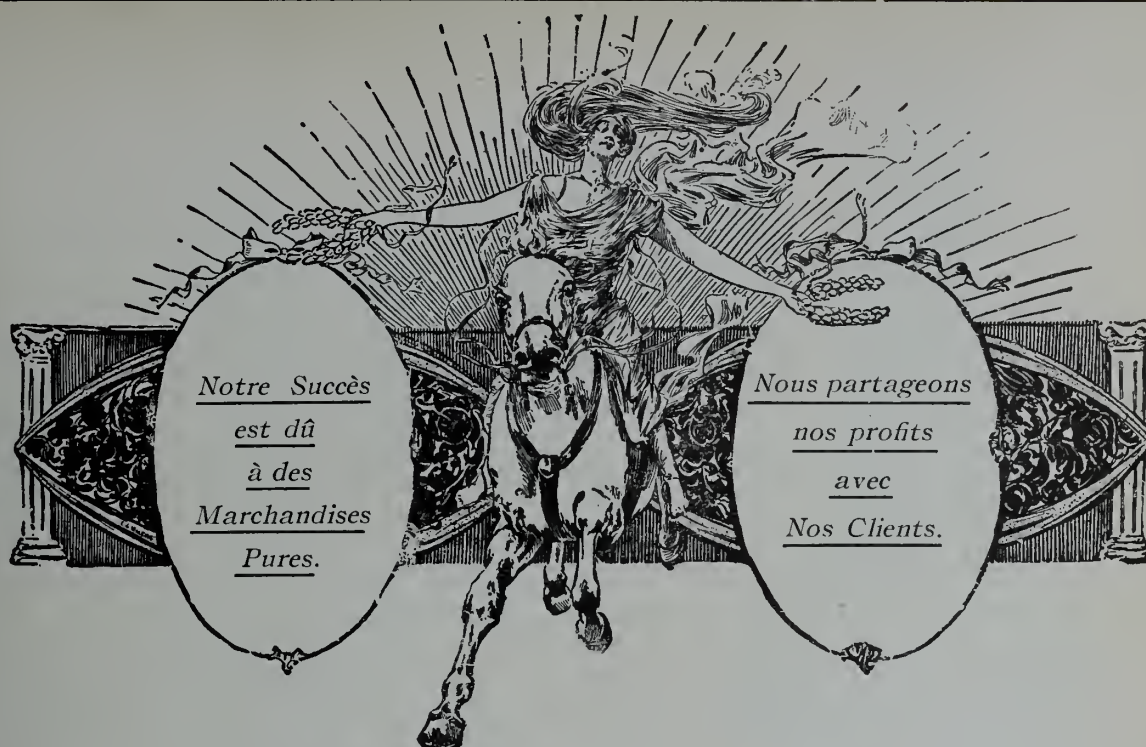
CLXI. Les conseils municipaux des cités, villes, villages et autres autorités municipales locales ont le droit de faire des règlements pour faire fermer, à sept heures du soir, les samedis, et à dix heures du soir, pendant les autres jours de la semaine, et pour tenir fermées, durant le reste de ces jours, les buvettes dans les établissements où l'on vend des liqueurs enivrantes, et aussi de décréter qu'aucune boisson enivrante ne sera vendue dans une maison licenciée de la municipalité durant les heures où les buvettes sont fermées, et d'imposer, par ces règlements, une pénalité n'excédant pas cinquante piastres pour chaque offense, et, à défaut de paiement, un emprisonnement n'excédant pas trois mois.

§ 2.—*Restrictions concernant la somme que les municipalités peuvent prélever sur les porteurs de licence en vertu de cette loi.*

CLXII. Les conseils municipaux des cités, villes, villages, et autres autorités municipales locales, ne peuvent prélever par règlement, résolution ou autrement, une licence, une taxe, un impôt ou un droit, excédant, en aucune année, deux cent piastres dans les cités et les villes, et cinquante piastres dans toutes les autres municipalités, sur une personne munie de licence en vertu de cette loi, sauf les colporteurs, soit pour la confirmation d'un certificat pour obtenir la licence, soit autrement pour l'objet pour lequel elle possède telle licence.

CLXIIa. Nonobstant toute loi spéciale de cette Législature, au contraire, tout conseil municipal ou corporation municipale, prélevant plus qu'il n'est permis par l'article 162 pour les objets y mentionnés, peut être forcé de rembourser en tout temps au porteur de licence ou à ses représentants légaux cette surcharge comme étant illégale et ayant été indûment exigée.

(A suivre).



AU COMMERCE.

NOUS avons le plaisir de vous faire savoir que le volume de nos affaires, l'année dernière, offre une augmentation énorme sur toutes les années précédentes; nous désirons remercier nos nombreux clients de tout le Canada pour leur patronage ininterrompu et leur assurer que nous nous efforçons continuellement d'obtenir les meilleures valeurs possible sur les marchés Européens, en partageant ces avantages avec eux.

L'année dernière, nous avons payé au Gouvernement Canadien plus de droits que toute autre maison du Canada. Nous avons douze Entrepôts de Douane et deux Entrepôts d'Excise, contenant le plus fort stock de Vins et de Spiritueux importés qui soit tenu par une même maison, dans le Dominion et, en conséquence, nous sommes toujours prêts à faire face aux demandes du commerce, en tout temps.

Nos dernières importations, telles qu'indiquées par les entrées en Douane, comprennent les marchandises suivantes :

- 300 Fûts et 500 Caisses, Sherries Gonzalez & Byass.
- 200 Fûts et 300 Caisses, Sherries Ordinaires.
- 200 Fûts et 250 Caisses, Vin d'Oporto Burmesters.
- 3000 Caisses et 500 Fûts, Whiskies Ecossais et Irlandais.
- 5000 Caisses et 300 Fûts, Gin de Hollande.
- 2000 Caisses et 400 Fûts, Brandy Cognac.
- 300 Caisses et 50 Fûts, Brandy Espagnol.
- 400 Caisses et 75 Fûts, Vieux Rhum de la Jamaïque.
- 40 Pipes, Tarragone.
- 150 Fûts, Vin de Messe.
- 1200 Caisses et 90 Barriques, Clairet.
- 400 Caisses, Champagne.
- 200 Caisses, Sauternes.
- 200 Caisses, Vins de Bourgogne.
- 250 Caisses, Liqueurs Françaises et Hollandaises.
- 400 Caisses et 20 Barriques, Vermouth Français.
- 200 Caisses et 10 Barriques, Vermouth Italien.

Ainsi qu'une ligne complète de **Vins Blancs d'Oporto, Sherries, Tokay, Madères, Chiantis, Cherry Whisky, Blackberry Brandy, etc., etc.**, en caisses.

Prix et Echantillons des Marchandises ci-dessus fournis avec plaisir sur demande.

LAWRENCE A. WILSON CO., Ltée,
MONTREAL.

ALCOOLS ET EAUX-DE-VIE

On donne le nom *d'eau-de-vie* à la liqueur spiritueuse retirée par la distillation des vins et des autres boissons fermentées; cette dénomination n'est appliquée qu'aux esprits de faible degré, au-dessous de 50°. Le nom d'alcool est réservé à ceux d'une force supérieure, aux esprits de 80° et au-dessus; dans tous les cas, ce sont les mêmes produits plus ou moins forts suivant leur dilution avec l'eau.

À l'origine, l'eau-de-vie ne s'employait que comme médicament, c'était une panacée universelle, qui avait la propriété de rajeunir les vieillards, de prolonger la vie, de maintenir les forces et rétablir les fonctions naturelles. On l'appelait aussi *eau ardente*; les alchimistes du moyen âge, en faisaient la base de leurs travaux de recherche sous le nom de *quintessence*, en distillant et en rectifiant des eaux-de-vie et des teintures alcooliques au moyen de la chaleur du fumier.

Malheureusement l'abus de l'alcool a déterminé les ravages que vous connaissez, par l'usage trop fréquent de cette liqueur. C'est à l'eau-de-vie plus encore qu'aux guerres et aux cruautés des Européens sur les indigènes de l'Amérique, de l'Afrique et des autres colonies qu'il faut attribuer la destruction rapide de ces populations.

L'alcool n'existe pas dans la nature; c'est le produit de la distillation des matières sucrées et fermentées par suite de la présence d'un levain.

L'alcool est un liquide incolore, d'une odeur vive et aromatique, d'une saveur âcre et brûlante; très volatil, il s'enflamme très facilement. Sa flamme peu éclairante, dégage beaucoup de calorique. Sa densité est de 7,795. Il bout à 172°, et se congèle à 202° à l'air libre, il s'évapore en laissant comme résidu l'eau qu'il contenait. Il dissout les huiles volatiles, les résines et les corps gras, la presque totalité des acides, le tanin, les alcalis végétaux; il ne dissout pas la gomme, ni l'amidon, ni l'albumine végétale.

L'alcool se mêle avec l'eau en toute proportion, avec dégagement de chaleur, ce qui indique une pénétration intime des deux liquides. Le volume entier des deux parties est en effet moindre que l'eau et l'alcool formant le total du mélange (2 à 3% environ). En effet 50 litres d'alcool à 90° et 50 litres d'eau ne donneront comme résultat de l'opération que 97 litres d'eau-de-vie à 45°.

Comme je viens de vous l'indiquer, l'alcool est le produit de la distillation. En portant à l'ébullition un liquide fermenté, la partie spiritueuse de ce liquide se dégage par suite de la chaleur; si on a le soin de recouvrir le vase dans lequel se fait l'ébullition, ces vapeurs se condensent et si on dispose au sommet du couverte un tuyau qui conduit ces vapeurs

dans un autre vase après s'être refroidi, on pourra de cette façon recueillir la totalité des vapeurs spiritueuses qui tomberont en gouttelettes; ce produit sera de l'eau-de-vie ou de l'alcool faible. Voilà le principe de la distillation.

L'appareil dont on se sert pour cette opération se nomme *alambic*.

Il se compose d'une chaudière dans laquelle on met le liquide à distiller, d'un *chapiteau* où se condensent les vapeurs; un *col de cygne* le surmonte et conduit les vapeurs dans un *serpentin*, placé dans un réfrigérant contenant de l'eau froide fréquemment renouvelée. Les vapeurs refroidies se condensent en liquide et elles sont recueillies à l'extrémité du serpent.

Fabrication de l'alcool

Alcool de betterave.—Ce sont les distilleries agricoles qui produisent cet alcool; plusieurs procédés sont employés mais ils reposent sur le même principe.

Les betteraves sont traitées comme pour en extraire le sucre. Elles sont réduites en pulpe ou en lanières et on exprime le jus soit en pressant la pulpe, soit par la diffusion, par le lavage et l'épuisement des principes sucrés de la betterave avec les vinasses, c'est-à-dire le jus ou le résidu de la distillation.

Le liquide que l'on obtient par ce lavage ou diffusion a une densité moyenne de 6° à 7°, il est mis à fermenter dans des cuves en bois avec de la levure et de l'acide sulfurique; cet acide a pour but de décomposer les sels alcalins et calcaires et d'activer la fermentation alcoolique.

Les résidus des infusions représentent 80%, c'est-à-dire qu'il n'y a de déchets que le sucre transformé en alcool et l'eau qui s'est évaporée ou perdue dans ces opérations. La pulpe épuisée sert à la nourriture des bestiaux; elle a ainsi son emploi dans l'exploitation agricole.

Alcool de mélasse.—On emploie dans cette fabrication, les mélasses épuisées des sucreries; elles contiennent encore de 40 à 45% de sucre, elles ont une densité de 40°.

La fermentation de cette matière sucrée s'opère dans de grandes cuves que l'on charge avec 3,900 livres de mélasse, que l'on délaie avec de l'eau chaude, de manière à ce que le moût ait une densité de 5° à 6°. On y ajoute de l'acide sulfurique pour saturer les sels alcalins et rendre le liquide légèrement acide et faciliter la fermentation. Chaque cuve reçoit 55 livres de levure pressée et on porte la température du moût à 70° en hiver et plus basse en été.

Au bout de quelques heures, un *chapeau* se forme sur les cuves, la fermentation entre en activité et elle se prolonge de trente à quarante heures, la densité du liquide tombe de 1°,5 à 2°, il est alors bon à distiller.

Alcool de grains.—On opère de deux fa-

çons différentes pour la production de ces alcools: par l'emploi de la diastase qui s'applique à l'orge, au seigle ou au blé et par la saccharification pour le riz, le maïs et le millet ou dari.

Dans le premier procédé, les grains sont traités de la même façon que l'on opère pour la bière. Ecrasés et réduits en farine, ils sont mélangés avec une certaine quantité de malt, délayés et infusés dans de l'eau, portée à la température de 95° à 104°, puis enfin, on y ajoute par portion de l'eau bouillante. Lorsque la saccharification est terminée, c'est-à-dire lorsque la matière amylacée s'est convertie en sucre, on ajoute assez d'eau froide pour que le moût ait 59° à 68° de température. On y ajoute le levain 48 heures environ après, la fermentation est terminée, on peut procéder à la distillation.

Pour le riz et le maïs, ces grains sont concassés et on opère comme pour la fabrication du glucose. On ajoute à ces matières quatre fois leur poids d'eau et 6% d'acide sulfurique. On porte à l'ébullition que l'on maintient pendant 14 à 16 heures, au bout de ce temps, la saccharification est complète. On fait écouler le sirop brun qui en résulte et on le sature au moyen de la craie délayée dans de l'eau froide, pour détruire l'excès d'acide. On amène ainsi le mélange à la densité de 1.040 environ à une température de 71° à 75° et on le met ensuite en fermentation.

Alcool de pommes de terre.—Si on traite la fécule de pomme de terre, on opère de la même façon que pour le riz et le maïs que je viens de vous indiquer.

Si on emploie les tubercules entiers, après un lavage, ils sont cuits à la vapeur dans des appareils en tôle construits pour cet usage. Après leur cuisson, les pommes de terre sont immédiatement broyées et délayées au fur et à mesure, par un filet d'eau bouillante. La bouillie qu'on en obtient est dirigée dans des cuves où s'opère la saccharification. On ajoute à cette pulpe 13 livres de malt pour 220 livres, après un brassage de quelques heures, on ajoute de l'eau en quantité suffisante, on abaisse la température vers 68° et on met en fermentation avec 8.8 onces de levure pressée, par 22 gallons.

On traite par un autre procédé les tubercules crus; ils sont râpés et traités par l'eau bouillante, plus on y ajoute du malt d'orge et enfin on continue les diverses opérations de saccharification et de fermentation, suivant la manière que je viens de vous indiquer.

Distillation des alcools.—Les diverses matières fermentées étant à point pour la production de l'alcool, il y a lieu de les distiller.

On emploie pour cette fabrication des appareils à distillation continue, qui donnent du premier jet des produits tirant 82°-85°. Ces alcools désignés sous le nom de *flegmes*, possèdent leur goût d'origine,

LAW, YOUNG & CO.

MONTREAL.

CHAMPAGNE POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix
sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
Ale & Stout....Daukes & Co.
Bénédictine.....Benedictine Co.
Bourgognes.....Bouchard père et fils.
Brandy.....Renault & Co.
Cherry Whisky (The Original) Fremy's
Claret et Sauterne.....Nathl. Johnston & Sons.
Crème Cacao Chouva....A. Droz & Cie.
Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
Gin London Dry....."Gordon's."
Ginger Ale Anglais....."Schweppes."
Lime Juice.....L. Rose & Co.
Liqueurs.....Marie Brizard & Roger.
Madère.....Leacock & Co.
Soda Anglais....."Schweppes."
Stout.....Wheeler & Co.
Tarragone.....Louis Quer.
Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
Vin de Malaga.....Crooke Bros.
Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
Vins de Porto et Sherries.."Mackenzie."
Vins du Rhin et Moselle...Koch Lauteren & Co.
Whisky Ecossais....."Kilmarnock."
Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.



Motard, Fils & Senécal

Agents Généraux et Importateurs directs de Liqueurs de Ire Marque, de Vins Français

5 Place Royale, MONTREAL.

Seuls Concessionnaires pour le Canada du . . .

COGNAC DES GOURMETS DE V. FOURNIER & CO.

De A. CARPENTIER, Vins Fins, Rouges, Blancs, (Bordeaux).

SIXTE DUCLOT, Vins Mousseux, (Bordeaux)

BOUCHARD, Aîné, Fils, Vins Vieux de Bourgogne.

J. CAPARROY-DULORD, Vinaigre Pur, (Bordeaux).

EAU MINÉRALE GAZEUSE, de St-Romain (le Puy).

WILH WASUM, Bacharach, Vins Secs du Rhin.

VIN PHOSPHATÉ au QUINQUINA des RR. PP. TRAPISTES D'OKA.

Tel. Bell, Main, 4495.

Tel. March. 962.



Cette Marque Célèbre
Mise en

Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et $\frac{1}{2}$ Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott, Ontario.

"NEW-YORK."

"CANADA."

ils ne sont pas utilisables dans cet état; ils doivent être rectifiés pour en obtenir des produits supérieurs, absolument neutres de goût.

Ces appareils de différents systèmes sont disposés de telle façon que toute la chaleur soit utilisée. Les mouls fermentés sont amenés dans un chauffe-vin où se rendent les vapeurs alcooliques de la chaudière où ils descendent à mesure. La distillation s'opère dans une colonne à plateaux où les vapeurs alcooliques s'élèvent et se condensent dans la partie supérieure dans le chauffe-vin, comme je viens de vous l'indiquer; elles retombent après dans un réfrigérant disposé au-dessous où elles sont recueillies. Une éprouvette disposée à la sortie permet de suivre les opérations et constater le degré des flegmes distillés.

Les rectificateurs sont des appareils à peu près semblables; les flegmes à rectifier sont réduits à 50°. La distillation commence à 85°, mais ces produits, très éthériques, d'une odeur âcre et forte sont envoyés avec les alcools mauvais goût, l'alcool s'épure ensuite graduellement et lorsque le degré atteint 95°-96°, on a des produits absolument neutres, d'une pureté remarquable.

Dénomination commerciale des alcools — On donnait autrefois aux eaux-de-vie diverses désignations qui indiquaient leur degré. Ainsi, on appelait *preuve de Hollande*, celles qui marquaient 19°, Cartier ou 50° centésimaux; à ce degré, elles faisaient la *perle*, c'est-à-dire qu'en agitant l'eau-de-vie dans un flacon, il se forme des petites bulles qui persistent; à un degré au-dessus ou au-dessous, l'effet est moindre en s'éloignant de ce degré. On produit artificiellement ce perlage en ajoutant par hectolitre d'eau-de-vie 154 à 231 grains de crème de tartre.

L'esprit 3-6 est ainsi désigné, parce qu'on a 6 volumes d'eau-de-vie, en mélangeant 3 volumes d'alcool avec 3 volumes d'eau.

L'esprit 3-5 à 29 1-2 Cartier donne 5 volumes d'eau-de-vie à 19° Cartier en mélangeant 3 parties d'alcool avec 2 parties d'eau.

On désignait également le 3-7 et le 3-8 pour des esprits de force moyenne. De ces désignations, le nom de 3-6 seul, est resté et il indique l'alcool à 90° centésimaux.

Les densimètres ou alcoomètres spéciaux pour connaître la richesse alcoolique des eaux-de-vie, sont basés sur la quantité d'alcool contenue par litre de liquide. L'alcool plus léger que l'eau est moins dense et le pèse-liqueur s'enfonce moins dans le liquide. Celui de Baumé sert pour les dissolutions salines ou sucrées, le 0° est établi pour un mélange de 90 parties d'eau et 10 parties de sel marin pur; le 10° dans l'eau distillée et les autres degrés pour les liquides plus légers que l'eau.

L'aréomètre de Cartier est une modifi-

cation du précédent, il a été construit pour apprécier la force des eaux-de-vie, le 22° de Cartier correspond au 22° de Baumé, mais au-dessus et au-dessous, 15° de Cartier en forment 16° de Baumé.

L'alcoomètre de Gay-Lussac est basé sur la quantité d'alcool contenue dans les eaux-de-vie. Le 0° correspond à l'eau pure distillée, à la température de 39°. 50° indique un mélange de 50 parties d'eau et de 50 parties d'alcool absolu à 100°. Le 100° indique donc l'alcool pur. Ces divisions ne sont pas égales, pour les établir on doit opérer des mélanges d'alcool et d'eau pour les marquer exactement. De même que pour pouvoir lire facilement les degrés sur la tige de cet instrument, on a des alcoomètres de trois espèces différentes, de 0° à 30° pour les petites eaux-de-vie et de 70° à 100° pour les alcools.

Il est ainsi facile de connaître avec cet instrument la quantité d'alcool contenue dans une eau-de-vie. 60° indique un liquide composé de 60 parties d'alcool et 40 parties d'eau. Ces degrés sont établis à la température de 77°, il y a lieu de tenir compte de différence en plus ou en moins, selon la température.

Des tables ont été établies à cet effet par Gay-Lussac pour les corrections à faire au degré indiqué par l'alcoomètre.

Dans les eaux-de-vie on doit aussi tenir compte du *degré réel* et du *degré apparent*. Depuis déjà nombre d'années, les négociants en spiritueux ont l'habitude pour adoucir leurs produits, d'y ajouter des sirops ou des infusions, de cette manière, des eaux-de-vie sont plus denses, le degré indiqué est plus fort que le réel. Pour les opérations de la régie, c'est d'une importance assez grande, car par une distillation d'épreuve, on reconnaît de suite le véritable degré de l'eau-de-vie et, s'il y a dissimulation, un procès en est la conséquence.

Réduction des eaux-de-vie.—Les eaux-de-vie sont généralement distillées à 60-68°.

Dans cet état elles ne sont pas buvables, il faudrait, comme autrefois, les conserver des années pour que par l'âge, l'évaporation, ces eaux-de-vie tombent à 48°-50°. On n'attend plus si longtemps, du reste les alcools d'industrie, sont presque exclusivement employés pour les coupages d'eau-de-vie.

L'opération qui consiste à ajouter de l'eau à de l'alcool ou à l'eau-de-vie forte pour l'amener à un degré convenable pour la vente s'appelle *réduction*. Pour connaître la quantité d'eau à ajouter à une eau-de-vie d'un degré supérieur voici le simple calcul à faire:

Soit 60 litres d'eau-de-vie à 65° à réduire pour la vente, à 45°. Nous disons 60 litres à 65° donnent par une multiplication 390 parties d'alcool qu'il faut diviser ou réduire à 45°, c'est donc partager 390 parties en 45; on obtient ainsi 86,6

c'est donc, 86 lit. — 60 = 26 litres d'eau à ajouter aux 60 litres d'eau-de-vie pour obtenir les 45°.

De même pour opérer un coupage: on veut mélanger 30 lit. d'eau-de-vie à 58° 20 lit. alcool à 90°; pour savoir la quantité d'eau à ajouter pour obtenir une eau-de-vie à 42° par exemple. Voici l'opération à faire: Multiplier la quantité de litres à réduire par le degré et diviser le produit par le degré à obtenir, soit:

$$\begin{array}{r} 30 \times 58 = 174 \\ 20 \times 90 = 180 \\ \hline 354 : 42 = 84,2 \end{array}$$

Ce sera donc 84 litres 20 cent. qu'on devra avoir d'eau-de-vie à 42° soit 34 litres (84—50=34) d'eau à ajouter au mélange.

Des tables dans lesquelles ces calculs sont tout faits facilitent bien ces comptes, mais vu leur simplicité, j'ai cru vous les indiquer.

Il y a lieu de tenir compte, d'un déchet de 2 à 3% environ, par suite de la contraction que subit le mélange d'eau et d'alcool, cela n'a de l'importance que pour de grandes opérations.

Eau-de-vie

Cognac.—On désigne indifféremment sous le nom de cognac toutes les eaux-de-vie buvables de 36° à 45°, dans la plupart il n'entre pas une goutte du produit de la vigne, je ne sais si la nouvelle loi sur les falsifications, empêchera cette fraude qui nuit considérablement au commerce honnête.

Toutes les eaux-de-vie des Charentes ou distillées dans ces départements sont donc vendues sous le nom de Cognac, on les divise suivant les crus ou qualités en *Bois*, *Borderies*, *Champagne* et *fine Champagne* subdivisées encore en autres désignations.

Ces eaux-de-vie sont distillées exclusivement avec les vins blancs produits par le cépage la *folle blanche*. Ces vins qui n'ont pas grand caractère comme vins de table, produisent par la distillation les délicieuses eaux-de-vie réputées dans le monde entier. Les procédés de distillation sont les mêmes depuis longtemps, on obtient l'arôme et le bouquet du cognac en distillant les eaux-de-vie à 65°-68° sans chercher à avoir une force alcoolique supérieure qui détruirait les essences aromatiques.

Immédiatement après la distillation, les eaux-de-vie n'ont pas le bouquet, l'arôme qui les caractérise, ce n'est qu'après quelques années qu'on peut les apprécier. Elles sont logées dans des fûts neufs en bois de chêne, où elles sont conservées. Ces fûts neufs sont *avinés* en leur passant des petites eaux qui enlèvent l'excès de tannin du chêne. Les eaux-de-vie nouvelles sont mises dans un lieu frais plutôt humide, les vieilles dans un endroit sec; dans le premier cas, l'alcool s'évapore davantage et dans le second c'est l'eau

“VITA”

LE VÉRITABLE EXTRAIT FRANÇAIS DE BŒUF ET DE LÉGUMES
(Pasteurisé)

Supérieur à tous les produits similaires, il ne se compare à aucun
sous le rapport de la **FORCE**, de l'**AROME**, de la **SAVEUR**,

**Hoteliers, Restaurateurs,
Chefs de Cuisine**

Adoptent “**VITA**” pour la PREPARATION INSTANTANÉE de

Bouillon, Soupes, Consommés

A L'AROME EXQUIS

ET DE

SAUCES INCOMPARABLES

“VITA”

Est indispensable dans toute cuisine bien tenue.

Distributeurs Généraux :

Laporte, Martin & Cie., Limitée, Montréal.

qui disparaît. Aussi les premières années l'eau-de-vie donne-t-elle un déchet assez considérable avec une réduction de degré. Les fûts étant en vidange, l'eau-de-vie se bonifie bien plus vite; autrefois, jamais on ne faisait le remplissage des fûts d'eau-de-vie. Les bouilleurs des Charentes se faisaient une gloire de leur production, aucun sacrifice ne leur coûtait pour avoir des eaux-de-vie parfaites de qualité.

Les maladies de la vigne ont réduit considérablement la production des cognacs, c'est alors que les alcools d'industrie ont servi de base aux coupages, la vente du cognac n'a pas diminué, mais la qualité s'en est bien ressentie, malgré les prix élevés que cette excellence a atteints.

Parmi les eaux-de-vie de vin produites en dehors des Charentes, celles de l'Armagnac tiennent encore une certaine place; ces eaux-de-vie distillées seulement à 52°-54° sont plus tendres que les cognacs, elles sont buvables la seconde année; si elles n'ont pas le bouquet et la finesse des premières, elles ont un arôme et un goût d'amandé qui convient assez.

La distillation des vins se pratique comme dans les Charentes, les bouilleurs ont conservé les anciens alambics qui donnent un bon résultat.

Dans le Midi on distille les vins tournés, poussés ou filants, sans subir aucun traitement; cependant pour avoir un assez bon produit, il convient de séparer les premières et les dernières parties de la distillation, c'est-à-dire les produits de tête et de queue. Généralement on opère par deux distillations, dans la première on obtient le titre de 40° à 50°; par la rectification, on a des esprits à 85°. Ces 3-6 de vin dits 3-6 de Montpellier servent à remonter les vins, mais leur goût âcre, sans finesse ni bouquet, empêche de les employer comme eau-de-vie fine, on préfère généralement les alcools neutres, auxquels on donne l'arôme et le bouquet nécessaires.

La Bretagne et la Bourgogne produisent encore des eaux-de-vie qui se rapprochent du type Cognac; ces eaux-de-vie ont leur emploi et tiennent leur place parmi les bonnes qualités.

Eau-de-vie de marc.—Le marc de vendange après un pressurage, contient encore de l'alcool, des sels, des huiles essentielles, des matières grasses et résineuses, enfin avec les rafles, pellicules, pépins des matières utilisables.

La distillation recueille une partie de ces éléments et imprime son caractère à l'eau-de-vie, qui en résulte. C'est ainsi qu'elle est imprégnée d'odeurs et de goûts composés bien différents de ceux des esprits de vin.

Les marcs sont souvent conservés un certain temps, ils s'aigrirent et ne donnent alors que des eaux-de-vie mauvaises.

On pratique la distillation à feu nu ou

à la vapeur, on pousse l'opération jusqu'à la fin de manière à recueillir tout le liquide alcoolique. On rectifie cette première eau-de-vie pour la recueillir à 62°-65°. Les amateurs d'eau-de-vie de marc la préfèrent généralement jeune avec son goût empyreumatique et sa saveur âcre. Le commerce également l'emploie dans l'année de sa distillation, elle couvre davantage l'addition des 3-6 employés dans les mélanges.

Kirsch, Kirschenwasser

Le *kirsch* ou *eau-de-vie de cerise* est une liqueur très estimée que l'on obtient par la distillation de la merise. On cultive dans les Vosges, la Suisse et la Forêt-Noire, des variétés de cerises ou de merises spéciales à cette fabrication.

Les cerises sont récoltées à leur parfaite maturité. Les fruits après leur cueillette sont déposés dans des tonneaux, bien fermés en attendant la fermentation et ensuite la distillation. On a soin d'enlever la queue, complètement inutile, elle pourrait même donner mauvais goût au kirsch. Dans certains pays, les cerises sont écrasées sans toucher au noyau, cette manière facilite la fermentation.

Les cerises mises en tonneaux bien fermés peuvent attendre la distillation toujours assez longue en raison de la quantité de fruits à distiller. On ne provoque la fermentation qu'au fur et à mesure.

La distillation des cerises se fait par les anciens alambics à feu nu, elle s'opère lentement et avec soin; on conserve les produits de tête qui ont un goût âcre et une odeur forte et désagréable. Ces petites eaux adoucies au moyen de la chaux qui a pour but de saturer les aldéhydes et les acides qui s'y trouvent sont réunies et distillées ensuite à part.

Kirsch de commerce.—Le kirsch obtenu de la seule distillation des cerises, est un produit assez cher car 100 kilog. de cerises ne donnent que 7 à 9 litres de kirsch à 50°. On distille donc des second kirsch ou kirsch de commerce. Les cerises fermentées sont recouvertes d'alcool et distillées, on a donc une plus grande production, car la distillation rend la totalité de l'alcool employé augmentée du produit de la fermentation des cerises.

Cette première distillation donne encore un bon kirsch, parfumé avec un excellent goût de noyau. Dans cette opération, le marc n'étant pas épuisé, on peut encore y repasser des alcools et faire une troisième distillation. Ces kirsch ne peuvent être vendus que comme des kirsch de fantaisie.

On vend encore des imitations de kirsch préparés avec des 3-6 parfumés avec des essences de noyau, ces spiritueux tout à fait de fantaisie, ne peuvent être vendus que sous cette désignation.

Les eaux-de-vie de questchs et de mira-

belles sont préparées en Lorraine et en Alsace avec ces sortes de prunes. On les distille de la même façon que le kirsch.

Rhum, tafia

Le tafia est le produit de la distillation de la mélasse de canne à sucre, après addition d'eau et mise en fermentation.

Autrefois, on réservait le nom de rhum au seul produit de la distillation du *ressou*, c'est-à-dire au jus ou sirop provenant des cannes à sucre. Le tafia était seulement fait avec des mélasses et autres résidus des sucreries.

La mélasse de canne contient environ 60 à 70% de sucre, qui par la fermentation, se convertit en alcool. Cet alcool de mélasse possède un goût et un arôme qui caractérisent le rhum et le tafia.

On délaie la mélasse dans quatre fois son volume d'eau froide et une ou deux parties de vinasse des opérations précédentes. Cette vinasse remplit le rôle de levure, et elle donne à ce moût l'acidité nécessaire à la bonne marche de la fermentation. Par suite de la température élevée, cette fermentation marche rapidement et aussitôt qu'elle a cessé, on procède à la distillation.

Pour 220 livres de mélasse, on peut obtenir de 14 à 15 gallons de tafia à 54°, mais par suite de fermentation souvent incomplète, on n'atteint pas toujours ce rendement.

Les appareils de distillation employés dans les habitations sont les anciens alambics qui produisent des flegmes d'assez faible degré qu'on doit repasser.

Les usines se servent d'appareils à distillation continue, qui donnent du premier jet des alcools à 75°-80°, que l'on réduit au titre commercial de 54°.

Tel qu'il sort de l'alambic, le rhum ou le tafia est complètement incolore, avec une faible odeur empyreumatique, dans cet état, on ne reconnaît pas le rhum qu'on a l'habitude de voir et de consommer.

Il faut le colorer et l'aromatiser. La couleur se donne avec de la mélasse ou de la cassonade caramélisée, le parfum s'obtient avec une *sauce* composée de diverses substances aromatiques, telles que: râpures de cuir tanné, tan de chêne pilé, clous de girofle, goudron de Norwège, eau-de-vie de canne.

Toutes ces substances sont mises ensemble dans un petit fût à infuser, une quinzaine de jours; on tire au clair, on filtre et on y ajoute le caramel. Cette sauce est ajoutée par petites portions au rhum à 54°.

Le "rhum habitant" est distillé dans des habitations de campagne où sont installées les sucreries au milieu des champs de canne à sucre.

Le "rhum usine" est produit dans des distilleries munies d'appareils perfectionnés de grande production.

Les rhums "Ste-Lucie" et "Grenade"

DEUX MARQUES CELEBRES

LE COGNAC

Medico-Tonic

De MM. Lucien-Foucauld & Co., le MEILLEUR sur le marché, RECOMMANDÉ par tous les médecins. En vente dans tous les PRINCIPAUX établissements. L'essayer c'est l'adopter.

... LE ...

Pur Abricot

De la maison Gabriel Viard, de Troyes, France, LA PLUS FINE de toutes les liqueurs. INSURPASSABLE pour ses qualités digestives.

Seuls Agents pour le Canada:

BERNARD & LAPORTE

253 & 255 rue St-Paul
MONTREAL.

GIN KIDERLEN

En Hollande, le Gin Kiderlen est le plus en vogue. Il est fabriqué à Rotterdam, par la plus grande distillerie de la Hollande.

Le Plus Pur. Le Plus Fort.
Le Meilleur au Goût.

S. B. TOWNSEND & CO.

AGENTS POUR LE CANADA

MONTREAL



sont estimés; ils sont très parfumés et d'une qualité supérieure à la production courante de la Martinique.

Les rhums "Jamaïque" sont distillés et expédiés à un fort degré, 76°-78°, ce n'est qu'après quelques années qu'ils sont buvables; leur goût particulier de cuir tanné les caractérise. On les emploie avantageusement dans les coupages.

Cependant les rhums Jamaïque de 15 à 20 ans d'âge et de bonne qualité, sont encore les plus appréciés.

Genièvre et whisky

Ces divers spiritueux sont fabriqués avec des moûts de substances farineuses, malt d'orge ou de seigle.

Ces moûts sont préparés de la même manière que pour la fabrication de la bière, avec plus de soin s'il est possible. Pour la distillation, on presse la drèche, de manière à n'avoir qu'un liquide clair pour que le produit spiritueux aie la finesse et la netteté de goût désirable.

Cette distillation effectuée généralement dans d'importantes usines, s'opère dans de grands appareils à distillation continue.

On aromatise le genièvre avec les baies de cet arbrisseau, soit en les ajoutant dans la distillation, soit par macération dans l'alcool.

Le "gin" est le genièvre anglais; il a généralement une teinte légèrement ambrée par suite de son séjour dans les fûts. On distingue le "Dry Gin" ou genièvre sec, plus fort, il a généralement 50°. Le gin demi-sec et l'"Old Tom Gin" sont moins alcooliques, le dernier est légèrement doux.

Le "Schiedam" est du genièvre de Hollande fabriqué dans cette ville; il a une réputation méritée.

Les Whiskies sont encore des eaux-de-vie de grains. On les produit en Angleterre, en Ecosse et en Irlande. Ces produits ont aussi une grande réputation.

De même que toutes les liqueurs spiritueuses, leur qualité est acquise par une bonne fabrication et leur vieillesse. On emploie encore comme matière première l'orge, le seigle, le riz, le maïs qui, après

un maltage et les différentes opérations de cuisson et de fermentation sont distillées avec tout le soin désirable dans des appareils perfectionnés.

On conserve les whiskies dans des fûts ayant contenu des vins d'Espagne, Xérès, Madère, etc., ils prennent dans ces tonneaux, un goût de rancio et le parfum qui fait leur mérite.

Le Whisky d'Irlande, Irish Whisky, possède un goût de fumée particulier, cette saveur appréciée des amateurs lui est communiquée dans sa fabrication et dans les fûts.

Les Etats-Unis produisent encore des Whiskies dont la qualité et la réputation sont hors de pair.

PERSONNEL

—M. H. O. Wooten, gérant général des succursales américaines et canadiennes de MM. J. Robertson & Son, Ltd., est de retour à Montréal, après un voyage d'affaires en Ecosse.

—M. Fred. Alix, représentant MM. Bernard & Laporte, visite présentement les hôteliers de Montréal, pour la prise des commandes du printemps.

—M. Oscar Motard, de MM. Motard, Fils & Sénécal, qui a sous sa direction l'agence des Etats-Unis, de la maison, a passé une semaine à Montréal, vers le milieu de janvier.

—M. J. F. Sénécal, de la maison Motard, Fils et Sénécal, visite actuellement sa clientèle des Cantons de l'Est et de la Beauce.

—M. J. O. Laporte, de MM. Bernard & Laporte, visite actuellement les Cantons de l'Est.

—M. Mark Sanderson, de MM. Robertson, Sanderson & Co., Ltd., de Leith, Ecosse, les distillateurs du fameux Scotch Mountain Dew, vient de faire un voyage d'affaires à New-York, en compagnie de M. S. B. Townsend leur représentant au Canada.

—M. Otto. Zepf, directeur-gérant de MM. Freyseng Cork Co., Ltd., à Montréal, partira vers la mi-février, pour un voyage d'affaires en Europe. Pendant ce voyage qui durera environ trois mois, M. Otto Zepf visitera l'Angleterre, la France, le Portugal, l'Espagne, la Hollande et l'Allemagne.

—M. David Bremner, représentant MM. Motard, Fils & Sénécal, visite actuellement l'Ontario et le district d'Ottawa.

—M. J. L. Patenaude, représentant MM. Boivin, Wilson & Cie, vient de passer une quinzaine de jours à Québec.

—M. J. R. Douglas, de MM. J. M. Douglas & Co., est actuellement en voyage d'affaires sur la côte du Pacifique.

REVUE GENERALE

MM. John Robertson & Son, Ltd., nous informent que les affaires pendant l'année 1906 ont été des plus satisfaisantes et que tout paraît annoncer que l'année courante sera également excellente.

Le commerce de la maison a pris une extension remarquable dans le Nord-Ouest, ainsi que dans les Provinces Maritimes. En ce qui concerne la Province de Québec, on trouve les spécialités de la maison dans tous les principaux hôtels et cafés.

* * *

MM. Freyseng Cork Co., Ltd., nous disent que la demande pour les marchandises du printemps commence déjà à se faire sentir et que, d'après les indications actuelles, on peut espérer que les affaires en 1907 ne le céderont en rien à celles de l'année 1906, qui a été la meilleure depuis que la maison est établie à Montréal.

* * *

La maison John Hope & Co., compte maintenant au nombre de ses associés M. James Cleghorn qui était entré en 1881, c'est-à-dire il y a vingt-six ans à l'emploi de cette importante maison. M. Cleghorn, depuis un certain nombre d'années, a occupé des emplois de confiance et de responsabilité dans la maison dont il est maintenant devenu l'un des associés. Il ne compte dans le commerce que des amis qui se réjouissent de son élévation au rang d'associé. "Liqueurs & Tabacs" s'unit à eux pour présenter à M. Cleghorn ses sincères félicitations.

* * *

D'après MM. Bernard & Laporte, les affaires pour livraison immédiate sont relativement tranquilles, comme cela arrive du reste chaque année, après la saison des fêtes; par contre la prise des commandes d'importation est active. La collection continue à être satisfaisante.



(Enregistré.)



FONDÉE EN 1842

Des Marchandises qui se Recommandent par Elles-mêmes

La Qualité Avant Tout

Le CHAMPAGNE du
XXième Siècle.

Reconnu dans le monde
entier par sa finesse et son
goût.

"Brut" cuvée 1900

Cette Eau est Pure, Lim-
pide, Effervescente.

Elle se mélange bien avec
toute boisson.

Embouteillée à la source
seulement.



Vous pouvez vous procurer ces marchandises dans les
Bars, Cafés et Hôtels de première classe.

PRIX SPÉCIAUX POUR L'IMPORTATION

BOULESTIN

Le nom seul suffit pour
vous convaincre de la haute
qualité de ce Cognac.

Cette maison a une répu-
tation universelle.

PABST LAGER BEER

Elle la seule bière amé-
ricaine qui ne contient que
3 1/2 pour cent d'alcool.

La Bière Pure, La Bière
de Qualité "Blue Ribbon"

DONNEZ-NOUS UNE COMMANDE D'ESSAI

Nous fournirons des échantillons et prix avec plaisir
à quiconque nous en fera la demande.

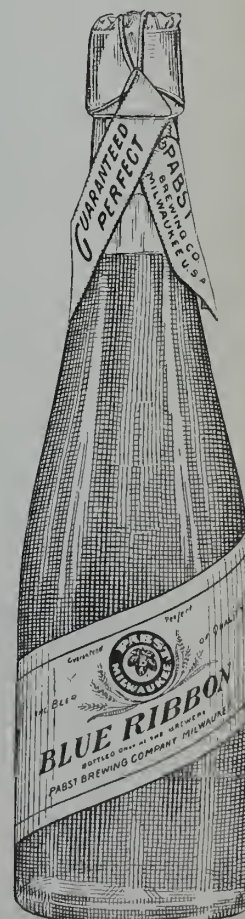
Notre stock de liqueurs est considérable et varié.

Vous avez toutes les garanties en achetant de

L. Chaput, Fils & Cie

NEGOCIANTS EN VINS ET LIQUEURS

2-4-6 et 8 rue DeBresoles, Montréal



D'après MM. Boivin, Wilson & Cie, les affaires pour le printemps promettent d'être des plus actives, si l'on en juge par le nombre déjà très considérable de commandes d'importation qui ont été placées.

* * *

MM. John Hope & Co., nous rapportent que les affaires sont en forte reprise depuis quelques semaines. Les temps froids que nous venons de traverser ont eu pour effet d'activer la demande pour les spiritueux de tous genres.

NE SOYEZ PAS TROP BON COMPAGNON

Un marchand d'une petite ville ayant fait faillite, certains de ses amis discutaient la chose et firent cette remarque: "C'est vraiment fâcheux que B... ait failli, mais c'est bien de sa faute: il était trop bon compagnon, il dépensait trop d'argent et trop de temps dans la ville avec ses camarades."

Autant que nous avons pu nous en assurer, dit "St. Paul Trade Journal", le marchand n'avait pas un seul ennemi dans la ville. Tout le monde l'aimait. Son seul défaut, c'était d'être un trop bon compagnon.

Il y a là ample matière à réflexion. Un marchand, pour réussir, doit se faire aimer. Il doit être en bons termes avec toutes les classes de la société, avoir des manières affables; mais il doit se garder de dépasser la ligne dangereuse. Il ne faut pas qu'il fréquente une certaine classe qui causera sa ruine. Il est parfois fort difficile de déterminer la ligne dangereuse, de savoir jusqu'où on peut aller et où il faut s'arrêter; mais l'homme assez clairvoyant pour cela réussira là où l'homme qui va trop loin échouera.

Une règle sûre à observer consiste à être circonspect dans le choix des amis. Ce sont ces amis qui influent le plus sur la vie d'un homme d'affaires en dehors du magasin, bien que peu d'hommes veuillent l'admettre. Il ne semble pas qu'il y ait grand mal à boire un verre

avec celui-ci ou celui-là. Ce sont de gais compagnons, mais quelque jour, les habitants de la ville le sauront sûrement.

L'homme perspicace choisira avec soin ses amis intimes. S'il a du tact, il pourra rester en bons termes avec tous les autres et conserver leur bienveillance à son égard sans pour cela prendre part à leurs plaisirs spéciaux. Au magasin ou en dehors, il se conduira toujours avec la dignité qui devrait distinguer un homme d'affaires et toujours le désigner comme un des hommes sérieux de la ville, dont l'opinion sur les questions publiques est respectée, et en qui le public a confiance.

Le marchand qui adopte cette règle de conduite ne sera jamais connu comme un "bon compagnon", dans toute l'acception du mot; mais, toutes choses égales, il réussira dans la vie et aura toujours le respect et la bienveillance du public.

Parmi les boissons douces, il en est une qui éclipse toutes les autres, c'est le Lager américain "High Life" de Miller. Tous les hôteliers qui désirent satisfaire leurs clients tiennent le "High Life" de Miller, en vente chez MM. Laporte, Martin & Cie, Limitée, Montréal.

La Freyseng Cork Co., Limited, a un assortiment aussi complet qu'il est possible de trouver en fait de machines à capsuliser. Elle en a dans tous les genres les plus nouveaux et à tous les prix qui proviennent des meilleurs fabricants tant américains qu'européens. Ceux qui font de l'embouteillage ne regretteront pas d'aller visiter les magasins de la Freyseng Cork Co., Ltd, 655 à 661 rue St Paul, Montréal.

La maison Denis, Mounié & Co., de Cognac, est représentée au Canada par MM. John Robertson & Son, Ltd., qui ont en stock tout l'assortiment des produits portant cette marque. MM. John Robertson & Son, Ltd., s'empressent de répondre aux demandes d'échantillons et d'informations.

L'eau minérale effervescente "Hiawatha" est la grande favorite des clubs, des bars et des restaurants. Cette eau, agréable à boire et rafraîchissante, est supérieure pour la digestion. La maison Laporte, Martin & Cie, Limitée, Montréal, a la vente de cette eau minérale.

PRENEZ LE TEMPS DE LIRE LES JOURNAUX COMMERCIAUX

La lecture d'un journal commercial exige un certain temps; elle exige aussi l'argent nécessaire pour payer l'abonnement. Toute maison de commerce peut dépenser cette modique somme d'argent, et aucun homme sensé ne dira qu'il est toujours trop occupé pour acquérir des connaissances qui ont pour lui la valeur de l'argent. Tout bien considéré, l'abonnement à un journal de commerce n'est pas une dépense, sa lecture n'est pas une perte de temps, l'acquisition d'un journal commercial est un placement en vue de l'instruction professionnelle. On a déjà entendu des détaillants déclarer qu'il leur est impossible de trouver le temps de lire, même le journal de commerce auquel ils sont abonnés; à les entendre, les exigences de leur commerce sont telles que chaque minute de leur journée est entièrement occupée.

Dans ces cas-là, une enquête montre d'habitude que leur temps est employé par le travail de routine qui devrait être la part des subalternes. Au chef d'établissement qui se plaint de n'avoir pas le temps de lire son journal commercial, de se rendre compte de l'amélioration que cette lecture causerait à ses affaires, nous dirons: "Prenez le temps nécessaire; engagez un autre commis, s'il le faut. Si, avec votre intelligence vous ne pouvez pas gagner plus d'argent qu'avec vos bras, c'est que vous avez certainement besoin de plus grandes connaissances commerciales. Il est facile de se procurer l'aide nécessaire pour le travail de routine d'un magasin, mais vous ne pouvez pas engager un homme pour penser à votre place et conduire votre établissement".

Le scotch Mitchell a toujours une vogue de plus en plus grande. C'est le modèle type de qualité pour le whisky écossais. Aussi les hôteliers qui ont souci de leur clientèle tiennent-ils ce célèbre scotch, qu'ils peuvent se procurer en s'adressant à la maison Laporte, Martin & Cie, Limitée, Montréal.

S. H. Ewing & Sons, Importateurs et Manufacturiers de BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de broche d'embouteilleurs, d'Étain en feuilles, de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65 MARCHANDS 522

LES ENSEIGNES ELECTRIQUES

sont une annonce pour vous nuit et jour. Sans contredit, c'est la méthode de publicité la moins chère et la plus efficace aujourd'hui. Nous avons une excellente proposition à faire aux Marchands de la plupart des cités canadiennes pour qu'ils emploient les enseignes électriques. Ecrivez-nous et nous vous enverrons des circulaires.

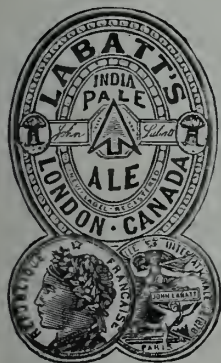
THE MARTEL STEWART CO., LIMITED,
MONTREAL, Canada.

== VENDEZ LE ==

GIN DE BURNETT

"LE LONDON DRY ORIGINAL,"
ABSOLUMENT LE PLUS FIN!

J. M. DOUGLAS & CO., Seuls Agents au Canada. MONTREAL.



LES MEILLEURS

BREUVAGES DE MALT :

Tous les consommateurs
critiques l'admettent.

Ale et Porter de Labatt

IL VAUT MIEUX, DANS L'INTÉRÊT DE VOTRE COMMERCE, NE TENIR QU'UNE SEULE MARQUE (ET LA MEILLEURE) QUE D'ESSAYER DE TENIR EN STOCK QUATRE OU CINQ MARQUES, DONT AUCUNE NE DONNE RÉELLEMENT SATISFACTION À VOS CLIENTS.

Les

Labatt's

== SONT LES MEILLEURS ==

JOSEPH E. SEAGRAM, — DISTILLATEUR DE —
Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

"Old Times," "White Wheat," "No 83 Rye," "Star Rye."

MEAGHER BROS. & CO., Montreal, Agents.

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE		La cse
G. Pernod..	13.50	
H. G. Pernod..	15.00	
Pernod Fils..	15.00	
Legler Pernod ..	14.50	

AMERS		
Amer Picon..	11.00	
Sanchez Romate Hermanos		
Orange Sherry..	8.00	
Unicorn Orange ..	7.00	qts.
Angostura ..	5.75	12 bot.
Celery ..	5.75	"
Jamaica ..	5.75	"

APERITIFS		La cse
Dubonnet..	12.00	Litres
Massardier et Granjon	15.00	La cse
Quina-excellentior [15 litres].	15.00	
Violet Frères..	11.00	La cse
Byrrh..	1.00	12 litres.
La bouteille..	1.00	

BIERES ANGLAISES		qts.	pts.
S. Allsopp & Sons.	2.55	1.62	
No. 1 India Pale ..	2.55	1.62	
Bass'			
E. & J. Burke's Bottling..	2.65	1.65	
Read Bros. Dog's Head..	2.65	1.70	
Boar's Head..	2.65	1.65	
G. H. Hibbert's Bottling..	2.65	1.65	
Bass & Co.			In wood.
Hhds ..	40.00		
Bbbs ..	28.25		
India Pale, Kilderkins ..	15.00		
India Pale, Firkins ..	8.00		
W. E. Johnson's			
Compass Brand ..	2.55	1.55	
Machen & Hudson			
Marque "Beaver" ..	2.50	1.55	

BIERES ECOSSAISES		2.50	1.65
Tennants ..	2.50	1.65	

BIGARREAUX		qts.	pts.
Dandicolle & Gaudin..	6.50	7.50	
Bigarreux au Marasquin..	8.00	9.00	
Nelson Dupoy.			
Bigarreux..	8.00	9.00	
P. Durand			
Bigarreux au Marasquin..	6.00	7.40	
P. M. Loubrie & Cie			
Bigarreux ..	7.00		
St-Hubert			
Bigarreux au Marasquin..	8.50	5.00	
Talbot Frères			
Bigarreux au Marasquin..	7.00	5.90	
Teyssonneau			
Bigarreux au Marasquin..	10.00	6.00	

BOURGOGNES BLANCS		qts.	pts.
Bouchard, Père & Fils.	8.00	9.00	
Chablis..	11.75		
Chablis, 1889..	11.75		
Jules Boucheron & Cie			
Chablis ..	13.00	14.00	
J. Calvet & Cie.			
Chablis ..	11.50	12.50	
F. Chauvenet.			
Montrachet [marq. Guiche]	20.00	10.00	
Chablis Supérieur..	7.25	8.25	
C. Marey & Liger-Bélair			
Chablis..	8.50	9.50	
Frédéric Mugnier			
Chablis..	8.00	9.00	
Jules Régner & Cie			
Chablis Supérieur..	8.00	9.00	
Chablis Moutonne..	10.00	11.00	
Clos Blanc de Vougeot..	19.00	20.00	

BOURGOGNES MOUSSEUX		qts.	pts.
Bouchard, Père & Fils.	16.00	17.00	
Beaune..	16.00	17.00	
Nuits..	18.00	19.00	

F. Chauvenet.			
"White Cap" [blanc]	23.00	25.00	
"Pink Cap" [rose]	23.00	25.00	
"Red Cap" [rouge]	22.00	24.00	
J. Marey & Liger-Bélair.			
Nuits — rouge..	17.00	18.50	
Jules Régner & Cie			
Nuits..	16.00	17.00	
Clos Blanc de Vougeot..	19.00	20.00	

BOURGOGNES ROUGES		qts.	pts.
Bouchard, Père & Fils.	6.50	7.50	
Macon..	8.00	9.00	
Beaujolais..	8.00	9.00	
Beaune..	8.00	9.00	
"Club" ..	8.00	9.00	
Pommard..	9.00	10.00	
Nuits..	11.00	13.50	
Chambertin..	16.00	17.00	
Clos de Vougeot..	20.00	21.00	
J. Calvet & Co.			
Beaune..	1889..	9.00	10.00
Pommard..	1887..	11.50	12.50
Volnay..	1889..	13.75	14.75
Chambertin..	1887..	18.00	19.00

F. Chauvenet			
Clos-de-Vougeot..	25.50	26.50	
Chambertin..	18.50	19.50	
Romanée..	18.50	19.50	
Corton [Clos-du-Roi]..	15.50	16.50	
Nuits..	13.00	14.00	
Volnay..	12.50	13.50	
Pommard..	11.50	12.50	
Beaune..	10.00	11.00	
Moulin-à-Vent, Macon vieux			
Supérieur..	9.00	10.00	
Beaujolais..	7.00	8.00	
Macon [Choix]..	6.50	7.50	
V. D'Arcourt & Cie.			La cse
Macon ..	4.90		qts.
Pommard ..	5.65		"
Nuits St-Georges ..	7.25		"
Chambertin ..	8.50		"
Chablis ..	7.25		"

A. Lalande & Cie.			qts.	pts.
Macon..	4.40	5.40		
Beaujolais..	5.00	6.00		
Beaune..	6.00	7.00		
Pommard..	6.60	7.60		
C. Marey & Liger-Bélair.				
Beaujolais..	6.25	7.25		
Macon..	6.50	7.50		
Beaune..	6.75	7.75		
Pommard..	8.50	9.50		
Nuits..	13.00	14.00		
Chambertin ..	16.50	17.50		

Frédéric Mugnier				
Beaujolais..	6.00	7.00		
Macon..	6.50	7.50		
Beaune ..	7.00	8.00		
Pommard ..	8.50	9.50		
Nuits ..	10.50	11.50		
Chambertin ..	15.00	16.00		

Jules Régner & Cie				
Beaujolais..	6.50	7.50		
Macon..	7.00	8.00		
Nuits..	8.50	9.50		
Beaune..	9.00	10.00		
Pommard..	11.00	12.00		
Corton..	13.00	14.00		
Chambertin..	15.00	16.00		
Tache Romanée..	20.00	21.00		
Clos Vougeot..	19.00	20.00		

CHAMPAGNES		qts.	pts.
Ackerman-Laurance.	15.75	16.75	
"Dry-Royal" ..	15.75	16.75	
½ pts. paniers 1 doz ; pa-			
quets de 4 paniers..	18.00		
Cardinal..	12.50	13.50	
Cluny Père & Fils			
Extra Dry ..	20.00	22.00	

Comte de St-Aubin				
Extra Dry ..	12.00	13.00		
Deutz & Geldermann.				
Gold Lack, Sec, cuvée 1898.	29.00	31.00		
Gold Lack, Brut..	31.00	33.00		
Duc de Montlouis				
Cuvée Réservee ..	10.00	11.50		
Carte Noire ..	12.50	13.50		
Carte D'or ..	14.00	15.00		
Duc de Pierland..	14.00	15.00		
Louis Duvau..	13.50	15.00		
Alfred Gratien				
Réserve..	14.00	15.00		
Heidsieck & Co.				
Dry Monopole ..	31.00	33.00		
E. Mercier & Cie, Epernay.	24.00	26.00		
Moët & Chandon.				
White Seal..	28.00	30.00		
Brut Imperial..	31.00	33.00		
G. H. Mumm & Co.				
Extra Dry..	28.00	30.00		
Selected Brut..	31.00	33.00		
Selected Brut .. 1898..	32.00	34.00		
Selected Brut .. 1895..	38.00	40.00		
Extra Dry, paniers 1 doz. ¼ B.	8.50			
Extra Dry, paniers 2 doz. ¼ B.	17.00			
Louis Roederer.			La cse	
Grand Vin sec ..	28.00	30.00		
Vin Extra sec ..	28.00	30.00		
Brut spécial Cuvée ..	30.00	32.00		
Veuve Amlot				
Carte d'Or..	16.00	17.00		
Carte d'Argent..	10.50	11.50		
Veuve Chomedey			Qts.	Pts.
Extra Dry ..	11.50	12.50		
Veuve Bara Noël..	17.00	18.00		
Veuve A. Devaux..	13.00	15.00		
Veuve Pommery, Fils & Cie				
Sec, ou Extra Sec..	28.00	30.00		
Brut [vin naturel]..	30.00	32.00		
Victor Clicquot, Reims, France.			Qts.	Pts.
Qualité extra [Extra Dry				
& Brut] ..	28.00	30.00		
Fleur de Sillery ..	20.00	22.00		
Marechal, Comte d'Erlon.	13.00	15.00		

CLARETS			
A. Balayé & Cie.	qts.	pts.	
Haut Barsac	4.00	5.00	
Haut Barsac, .. au gallon		1.05	
Barton & Guestier.	qts.	pts.	
Floirac	5.00	6.00	
Medoc...	5.25	6.25	
Margaux...	5.50	6.50	
St-Julien...	6.00	7.00	
Batailley...	9.50	10.50	
Pontet Canet...	11.00	12.00	
Château Leoville...	20.00	21.00	
Château Larose...	20.00	21.00	
Château Margaux...	24.00	25.00	
Château Lafitte...	24.00	25.00	

Bordeaux Claret Co.				
Bon Bourgeois..	3.00	4.00		
St-Julien..	3.50	4.50		
Montferrand..	4.00	5.00		
Château Brûlé ..	5.00	6.00		
J. Calvet & Co.				
St-Vincent..	3.50	4.50		
Medoc..	4.50	5.50		
Floirac..	5.00	6.00		
Margaux..	5.50	6.50		
Château de Montlys..	6.25	7.25		
Saint-Julien..	6.00	7.00		
Batailley ..	9.00	10.00		
Pontet-Canet..	1893..	10.00	11.00	
Pontet-Canet..	1887..	11.50	12.50	
Leoville Barton ..	1889..	14.25	15.25	
Smith Lafitte..	1890..	14.75	15.75	
Mouton Rothschild..				
Château Berges ..	3.50	4.00		

Faure Frère.	qts.	pts.
Bon Bourgeois	3.00	4.00
Côtes	3.50	4.50
Bon-Ton	4.00	5.00
St-Emilion	4.50	5.50
Ch. Dugay.. .. .	6.00	7.00
Floirac	4.50	5.50
Medoc	5.00	6.00
Margaux	5.50	6.50
St-Julien	6.00	7.00
Pontet Canet	9.00	10.00
Château Gruaud Larose ..	12.00	13.00
Côtes.. .. . le gallon.	1.00	

Galibert & Varon.

Rouges

	Qts.	Pts.
Medoc, par caisse	4.00	5.00
St. Emilion, par caisse ..	5.00	6.00
St. Estèphe, par caisse ..	6.00	7.00
Paullac, par caisse	7.00	8.00
St. Julien, Margaux, p. cse	8.00	9.00
Pour vins, grandes marques, s'adresser aux agents.		

Blancs

	Qts.	Pts.
Graves, par caisse	4.00	5.00
Barsac, par caisse	7.00	8.00
Haut-Sauternes, par caisse	8.00	9.00
Château-Yquem, "mise au		
Château", par caisse ..	18.00	19.00

L. Gaudin & Cie	Qts.	Pts.
St-Estèphe.. .. .	3.00	3.50

A. Guilhou Frère Aîné	Qts.	Pts.
Bas Médoc	3.50	
St-Estèphe	4.00	
St-Julien	6.00	
Pontet-Canet	6.50	
Chat-Bataillez	7.75	
Côtes Castillon, le gallon ..	0.90	

Nathaniel Johnston & Fils.	qts.	pts.
Ordinaire... .. .	4.00	5.00
Château Chamfleuri... ..	4.00	5.00
St-Loube... .. .	4.75	5.75
"Club"	5.00	6.00
Medoc.. .. .	5.50	6.50
Margaux.. .. .	5.75	6.75
St-Julien... .. .	6.00	7.00
St-Estèphe... .. .	7.00	8.00
Château Dauzac... .. .	9.50	10.50
Pontet Canet... .. .	11.00	12.00
Margaux Supérieur... ..	11.00	12.00
Château Beaucallou... ..	15.00	16.00
Château Léoville	19.00	20.00
Château Larose	19.00	20.00
Château Margaux... .. .	20.00	21.00
Château Lafitte... .. .	21.00	22.00

A. Lacoste & Fils	qts.	pts.
St-Julien	2.50	3.00
Médoc.. .. .	2.75	3.25

A. Lalande & Cie.	qts.	pts.
1893 Medoc... .. .	4.40	5.40
1890 Floirac.. .. .	4.40	5.40
1889 St-Julien... .. .	4.80	5.80
1893 St-Emilion.. .. .	5.20	6.20
1890 St-Estèphe.. .. .	5.20	6.20
1889 Château Pontet Canet..	6.80	7.80
1889 Château Leoville.. ..	11.00	12.00
1889 Château Lafitte... ..	14.00	15.00

Léon Pinaud	qts.	pts.
St-Julien	2.50	3.50
G. Pradel et Cie	2.75	3.25
P. Vernet	2.75	3.25

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co.	La cse
Manhattan, Martini, Tom Gin,	
Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	
rican... .. .	9.50

G. F. Heublein Bros. "Club",	La cse
Manhattan, Martini, Whiskey,	
Vermouth, Old Tom, ou assortis.	12.75
G. Pradel et Cie	2.75 3.25

J. Bern et Cie	La cse
3 Stoiles, Etiquette dorée ..	qt. 7.75
3 Etoiles, Etiquette bleue ..	qt. 7.50

COGNACS

Bisquit, Dubouché & Cie.	La cse
★	qt. 9.50
10 years old... .. .	qt. 12.25
Old Liqueur. .. 20 years old,	qt. 16.00
V. V. S. O. P.. 55 years old,	qt. 45.00
Au gallon... .. .	4.00 @ 10.00

J. Borianne.	La cse
X X X '	7.50
Au gallon... .. .	3.75 @ 4.75

Boulestin & Cie.	1 cse 5 cses
★★★	Qts. 10.50 10.25
★ Fluted	Qts. 12.00 11.75
1846	Qts. 45.00

Boutelleau & Co.	La cse
F.P. Quarts... .. .	9.50
F.P. Quarts (Dark)	9.50
F.P. Pints (2 doz)... .. .	10.50
F.P. Half Pints (4 doz)... ..	11.50
F.P. 24 Flasks, sans verre..	10.50
F.P. Imperial Flasks	10.50
One Diamond.. .. .	10.50
Two Diamonds.. .. .	O. B... 12.50
Three Diamonds . V.O.B... ..	14.00
Four Diamonds X V.O.B. 1831..	16.00
.. .. .	1824.. 21.00
5 caisses à la fois, 25c de moins	
par caisse... .. .	
10 caisses à la fois, 50c de moins	
Au gallon [preuve].. .. .	4.00 @ 6.00

Boutelleau Fils.	La cse
V. S. O. P. 1855.. .. .	qt. 16.00
Doctor's Special.. .. .	qt. 11.00

Paul Cardin.	La cse
Qts. 7.00; 24 flk. 8.00; 48 1-2 flk.	9.00

Châteaubel.	La cse
Quarts... .. .	8.00
Pints... .. .	9.00

Jules Coadon & Co.	La cse
12 quarts... .. .	8.00
24 flasks	9.00
Au gallon	3.90 @ 4.50

Cognac Distillers Association.	La cse
★★★	vieux.. .. . 9.00
V. O... .. .	12 ans. .. 12.00
V. S. O. P... .. .	20 ans. .. 15.00
X. X. O... .. .	1858... .. 20.00
.. .. .	au gal
3 grapes.	vieux.. .. . 3.75
V. O.	4.00
1875.	Liqueur.. .. 5.50

Comandon & Co.	La cse
Special	9.50
Reserve extra	10.50
★★ et X. O... .. .	15.00
V. S. O. P.	16.50
Au gallon	4.50 7.50

H. Cottinaud & Cie	La cse
★	7.00
★★	7.50
★★★	8.00
V. O.	8.75
V. S. O.	9.25
V. S. O. P.	11.75

Chs Couturier & Cie.	La cse
★★★	7.50
Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks,	
et 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Au gal.	
Quarts, Casks, etc.	3.80 à 4.00

D'Angely.	La cse
XXX... .. .	6.50

De Lormont.	La cse
XXX... .. .	6.50

Dervos & Cie.	1 cse 5 cses
Quarts... .. .	8.00 7.75
Pints... .. .	9.00 8.75
24 flasks n. c.	9.00 8.75

Paul Devaux.	La cse
Qts... .. .	7.50
Videaux XXX.	8.00

A. E. Dor.	La cse
★	9.00
★★	10.50

★★★	12.50
Clos de Réserve	
Grande Fine Champagne	12 00
Marque Globe	
★★★★	18.00
★★★	16.00
★★	14.00

James Jeantry & Co.	La cse
Spécial	8.00
★★	9.50

Gabriel Dubois & Cie.	La cse
Etiquette or et rouge, qts... ..	9.50
Etiquette or et rouge, 24 flks..	10.50
Etiquette or et rouge, 48 1/2 flks.	11.50
Etiquette Bleu argent. qts... ..	11.25
Etiquette Bleu argent, 24 flks..	12.25
Etiquette Bleu argent, 48 1/2 flks.	13.25
Au gallon No 1... .. .	3.90
Au gallon No 2	4.30
Au gallon No 3... .. .	4.85

M. Durand & Cie	-a cse
★★★	Qts. 5.50
★★★	Pts. 6.50
★★★	1/4 B. 7.90
16 flasks	1.50
24 flasks n. c.	6.00
32 flasks	6.75
48 1-2 flasks n. c.	7.00
Par 5 cses, 25c. de moins.	

P. Frapin & Cie.	La cse
★	qt. 9.50
Medical.. .. .	qt. 10.50
20 years old.	qt. 13.00
25 years old.	qt. 16.00
30 years old.	qt. 19.00
Au gallon... .. .	4.00 @ 7.00

Fromy & Rogee	La cse
Medical Reserve	10.00
Medical Reserve V.O.	12.50

Gonzalez, Staub & Cie.	La cse
Quarts	Ord. 9.00
Pints	10.00
24 Flasks	10.00
48 Flasks	10.00
1 Etoile	Qts. 11.50
3 Etoiles	Qts. 14.00
V. S. O.	Qts. 16.50
V. S. O. P.	Qts. 18.25

James Hennessy & Co.	qts.	pts.
★	13.00	14.00
★★★	16.00	
V. O.	17.25	
S. O... .. .	25.00	
X. O... .. .	35.00	
X. S. O... .. .	45.00	
Extra... .. .	60.00	

James Henry & Co.	La cse
Qts. 6.25; 24 flk. 6.75; 48 1-2 flk.	7.75

Robert Henry.	La cse
Wired Quarts.. .. .	8.00

Jimenez & Lamothe.	La cse
XXX... .. .	qt. 11.00
V. S. O. P... .. .	qt. 15.50
1890.. .. .	qt. 18.00
1865.. .. .	qt. 20.00
Au gallon.. .. .	4.25 @ 4.35

Le Féry et Cie	La cse
3 Etoiles	8.00

Legrand.	La cse
Quarts... .. .	7.00
24 Flasks... .. .	8.50

Lucien-Foucauld & Co., Cognac, France.	La cse
1 Etoile. 12 Bout.	9.50

3 Etoiles. 12 Bout.	11.50
"Crown Liqueur"	14.00
V. O., 15 ans d'âge	16.50
Medico Tonic	18.00
V. S. O., 20 ans d'âge	20.00
V. S. O. P., 25 ans d'âge	24.00
V. V. S. O. P., 30 ans d'âge ..	28.00
1847	45.00
Pour ordres d'importations d'au moins	
30 caisses, s'adresser aux agents.	

Marie Brizard et Roger	La cse
Fleur de France, 1 fleur .. qts.	10.00
Fleur de France, S.O.P. .. qts.	16.00
Fleur de France, C.V. 1858 qts.	25.00
F. Marion & Cie.	La cse
*** .. qts.	6.00
Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks,	
Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Au gal.	
Quarts, Casks, etc. ..	3.40 à 3.75
Martell & Co.	La cse
Une Etoile. .. qt.	12.75
3 Etoiles. .. qt.	16.00
V. O. .. qt.	17.25
V. S. O. P. .. qt.	18.75
V. V. S. O. P. .. qt.	38.00
J. Nicolet & Cie.	La cse
Quarts. ..	7.50
24 Flasks avec verre. ..	9.00
Au gallon [preuve] ..	3.65 4.25
Jocques Nicot & Co., Cognac, France.	La cse
1 Etoile. 12 Bout. ..	9.00
2 Etoiles. 12 Bout. ..	10.00
3 Etoiles. 12 Bout. ..	11.50
V. O. 12 Bout. ..	12.00
V. S. O. 12 Bout. ..	13.00
V. S. O. P. 12 Bout. ..	14.00
Réserve 1870. 12 Bout. ..	16.00
Réserve 1865. 12 Bout. ..	17.00
Réserve 1858. 12 Bout. ..	18.00
Pour ordres d'importations d'au moins	
30 caisses, s'adresser aux agents.	
Otard, Dupuy & Cie.	La cse
Spécial. .. qts.	9.50
Une étoile. .. qts.	12.00
Deux étoiles. .. qts.	14.00
Trois étoiles. .. qts.	16.00
V. S. O. P. .. qts.	17.50
Parville et Cie	La cse
*** .. 12s. qts.	5.00
V. Pinot & Cie	La cse
*** .. qts.	6.00
*** .. pts.	7.00
*** .. ¼ botl.	7.50
V. O. .. qts.	7.00
V. O. .. pts.	8.00
16 flasks ..	7.00
24 flasks n. c. ..	6.75
32 flasks ..	7.25
48 1-2 flasks n. c. ..	7.50
Par 5 cses, 25c. de moins.	
C. Pluchon & Cie	
Quarts ..	7.25 7.00
E. Puet.	La cse
★ .. qts.	9.50
Au gallon. ..	4.00 @ 7.00
Quantin & Co.	La cse
*** .. qts.	9.50
Au gallon ..	4.25 @ 5.50
J. Rémy	
Quarts. ..	6.50
Flasks ..	7.50
1-2 flasks ..	8.50
Renault & Cie.	La cse
★ .. qts.	10.00
V. O. .. qts.	12.00
3 étoiles S. V. O. .. qts.	15.00
V. S. O. P. .. qts.	21.00
Club. .. qts.	18.00
50 Years Old. .. qts.	40.00
Au gallon ..	4.00 @ 10.00
Ph. Richard.	La cse
S. O. .. qts.	22.50
20 ans flutes .. qts.	17.50
V. S. O. P. .. qts.	12.25
V. S. O. .. qts.	10.50
V. O. .. qts.	9.00
Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.	
Au gall.	
Richard ..	3.40 à 6.00
Jules Robin & Cie.	La cse
Quarts. ..	9.50
24 Flasks. ..	10.00

Marc Roger et Cie	La cse
12 quarts ..	8.50
Sazerac de Forge & Fils.	La cse
Quarts. ..	9.50
Flasks. ..	10.25
Au gallon. ..	4.25
J. Sorin & Cie.	
Au gallon. .. de 3.75 @	5.00
O. Tesson & Cie.	La cse
Trois étoiles. .. qts.	6.50
Pints. ..	7.50
Half Pints. ..	8.50
16 Flasks Imp. .. sans verre.	8.00
24 Flasks. .. sans verre.	7.00
48 ½ Flasks. .. sans verre.	8.00
Au gallon. .. 5 à 6 U. P.	3.60

EAUX

Apenta Hungarian, Aperient	La cse
25 Quarts ..	6.25
50 Pints ..	9.50
Sparkling Splits ..	5.50
Apollinaris	La cse
50 Quarts. ..	7.50
100 Pints. ..	10.50
100 Splits. ..	8.50
Cantrell & Cochrane.	La doz
Belfast Ginger Ale. ..	1.40
Club Soda. ..	1.40
Seltzer. ..	1.40
Potass Water. ..	1.40
Hiawatha	
Naturelle, 1-2 gals. .. 12s	4.75
Naturelle, 1-4 gals. .. 50s	7.50
Gazeuse .. qts. 50s	7.50
Gazeuse .. pts. 100s	10.50
Gazeuse .. splits 100s	8.50
Jewsbury & Brown.	La doz
Soda Water. ..	1.40
Dry Ginger Ale. ..	1.40
Quinine Tonic. ..	1.45
Potass Water. ..	1.40
Rubinat.	La cse
Sources Serres purgatives. 50	
btles ..	9.50
Schweppe's, de Londres.	La doz
Soda Water Co. Cylindres, pour 2.	1.35
Soda Water, Bomblays. .. pour 3.	1.50
Soda Water, Splits. .. pour 1.	1.10
Dry Ginger Ale. ..	1.35
Seltzer. ..	1.40
Potass Water. ..	1.40
St-Galmier.	La cse
Source Badoit. ..	6.00
Vichy.	La cse
Célestins, Grande Grille, Hôpital,	
Hauterive. ..	10.00
Principale. ..	7.00
La Capitale, 50s. ..	7.50
Sanitas, 50s. ..	8.00
" 1-2-100s. ..	9.50
" Splits 100s. ..	7.50
Vichy	La cse
Source St-Charles ..	8.00
Source Aubert ..	7.50
Vichy St-Yorre	La cse
Source St-George. ..	8.00
Bassin de Vichy	
Source St-Louis ..	8.00
Vittel	La Cse
Grande Source ..	10.50
Source Salée ..	10.50

GÎNS

Blankenheym & Nolet.	La cse
Marque 'Clef', C'ses Rouges. ..	1 1/2 50
Marque 'Clef', C'ses Vertes. ..	5.00
Marque 'Clef', C'ses Violettes ..	5.00
En cruchons vieux. ..	9.50
Au gallon. .. de 3.05 @	3.20
John de Kuyper & Son	La cse
Caisses Rouges .. 15s.	11.75
Caisses Vertes. .. 12s.	6.25
Caisses Violettes. .. 24c.	5.50
Au gallon ..	3.15 à 3.30

P. Hoppe, "Night Cap"	La cse
Rouges. ..	10.65
Jaunes. ..	11.00
Vertes. ..	5.25
Bleues. ..	6.00
Violettes. ..	2.50
Au gallon ..	3.05 3.25

P. Hoppe, "Imperial"	La cse
Rouges. ..	10.50
Vertes. ..	5.00
Violettes. ..	2.45

Melchers, de Berthierville	La cse
Croix Rouge. Caisses Rouges. ..	11.25
Croix Rouge. Caisses Vertes. ..	5.85
Croix Rouge. Caisses Violettes. ..	5.00

J. J. Melchers	La cse
Honey Suckle, Cruch. verre ..	9.00
Honey Suckle, Cruch. pierre ..	9.00

P. Melchers	La cse
Juniper Tree. Caisses Rouges. ..	9.50
Juniper Tree. Caisses Vertes. ..	4.50
Juniper Tree. Caisses Violettes. ..	2.25
Au gallon. ½ Casks. ..	3.00
Au gallon. Octaves. ..	3.05
Au gallon. ½ Octaves. ..	3.10
Netherland's Steam Distillery Co.	La cse
Kiderlen's "Croix d'honneur".	

Caisses Rouges. ..	11.00
Caisses Vertes. ..	5.25
Caisses Violettes. ..	2.50
Cruchons verre—12s 3 gals. ..	11.75
Cruchons verre—24s 3 gals. ..	12.75
Cruchons verre—12s 5 gals. ..	17.50

J. & W. Nicholson & Co., London, G. B.	La cse
Old Tom ..	8.25
London Dry ..	8.00
Sloe ..	12.50

A. C. A. Nolet, Schiedam	La cse
Caisses Rouges. ..	10.75
Caisses Vertes. ..	5.75

Dry Gin	La cse
"The Real" ..	7.10
Old John	La cse
Caisses Rouges .. 15s	9.75
Caisses Vertes .. 12s	5.25
Caisses Pony .. 24s	4.50

Van Dulken Weiland & Cie	La cse
Bouteilles Noires.	
Violettes, 1 1-2 gallon, 24 Bout.	4.95
Vertes, 1 1-2 gallon, 12 Bout.	4.95
Vertes, 2 gallons, 12 Bout.	5.85
Rouges, 3 1-2 gallons, 15 Bout.	10.75
Rouges, 4 gallons, 15 Bout.	11.25

Bouteilles Blanches.	
Violettes, 1 1-2 gallon, 24 Bout.	5.50
Bleues, 1 1-2 gallon, 12 Bout.	5.25
Bleues, 2 gallons, 12 Bout.	6.20
Jaunes, 3 1-2 gallons, 15 Bout.	11.20
Jaunes, 4 gallons, 15 Bout.	11.75

Wynand-Fockink.	La cse
12 Cruchons. ..	10.00
12 Bouteilles ..	9.50

LAGERS

Beaupoort.	La doz.
Pts. 2 doz à la caisse ..	.60
Splits 4 doz à la caisse ..	.35
Miller Brewing Co.	Le Brl.
Marque "High Life", 10 doz. ..	12.50
Marque "Buffet", 10 doz. ..	12.90
Malt Extract, 8 doz. ..	14.00

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine	qts.	pts.
12 litres. ..	19.50	21.00
Briand & Jaquet.	La cse	
Cherry Whiskey ..	7.50	
Blackberry Brandy ..	7.50	
Cherry Brandy ..	7.50	
Crème de Mente ..	9.90	
Curaçao Orange ..	9.90	
Sirop de Grenadine ..	7.00	
Marie Brizard & Roger, fondée 1755.		
Anisette. ..	13.50	

Curacao, Orange ou Blanc..	12.50
Marasquin..	13.00
Kummel, Superfin..	12.00
Kummel Crystallisé..	12.50
Green Peppermint..	13.00
Crème de Menthe, Blanche..	13.00
Cherry Cordial..	12.00
Cherry Brandy..	12.00
Blackberry Brandy..	12.00
Kirsch..	11.00
Bitter Triple..	12.00
Liqueurs assorties..	13.00
Crème de Menthe Verte..	13.00
Crème de Moka..	13.00
Crème de Cassis..	13.00
Crème de Noyau..	13.00
Eau-de-vie de Dantzick..	13.00
Orange Bitters..	9.50
Punch au Kirsh..	11.00
Peach Brandy..	12.00
F. Cazanove, Bordeaux.	
Liqueurs du Père Kermann	
Jaune..	qts 14.25
Jaune..	pts 16.75
Verte..	pts 16.75
Peppermint..	11.25
Anisette..	11.25
Curacao Rouge..	qts 13.25
Curacao Rouge..	pts 14.00
Maraschino..	11.00
Kummel Crystallisé..	12.75
Cherry Brandy..	13.50
Crème de Prunelles..	17.25
Crème de Cacao..	14.00
Crème de Menthe verte..	11.00
Crèmes assorties..	12.00
Punch au Rhum..	11.50
Crème de cassis..	10.00
Cordiales assortis..	12.00
Kirsch Cazanove..	13.25
Kirsch Figeroux..	10.50
Absinthe Regnier..	13.25
Absinthe Figeroux..	12.00
Rhum Ste-Luce..	14.50
Rhum Kingston..	11.75
Bitter Figeroux..	9.00
Vermouth..	11.00
Sirop de Grenadine..	8.00
Crème de Mandarines..	13.50
Crème de Fine Champagne..	12.50
Delizy & Doistan	
Curacao..	qts 12.00
Marasquin..	pts 12.00
Kummel..	pts 12.00
Liqueur jaune..	15.00 16.00
Liqueur verte..	16.00 17.00
Alex Droz & Cie.	
Crème Cacao-Chouva..	qts 16.00 17.00
Nelson Dupuy.	
Maraschino..	qts 12.00
Grenadine..	pts 8.50
Frémy Fils.	
Cherry Whiskey, [Chesky]	qts 16.00 17.00
Orange Whiskey..	pts 14.00
N. Fricquet & Cie	
Cherry Whisky..	La cse 12 qts. 8.50
Cherry Brandy..	“ 8.50
Blackberry Brandy..	“ 8.50
Peach Brandy..	“ 9.00
Apricot Brandy..	“ 9.00
Crème de Menthe..	“ 9.00
Crème de Menthe Boule, 12 litres	12.00
Crème de Vocoa..	12 qts. 8.50
Crème de Noyau..	“ 9.00
J. Gallifet & Cie.	
Anisette..	La cse Litre 12 13.00
Crème de Cacao..	Litre 12 14.00
Crème de Cassis..	Litre 12 13.00
Crème Fine Champagne	Litre 12
Crème Peppermint..	Litre 12 13.00
Eau de Vie Dantzick..	Litre 12 14.00
Fine Prunelle ..	Stone jar 12 14.00
Kirsch vieux..	Litre 12 13.00
Kummel..	1/2 Litre 12 11.00
Liqueur jaune..	1/2 Litre 12 14.00

Liqueur jaune..	1/2 Litre 24	15.00
Liqueur verte..	1/2 Litre 12	14.50
Liqueur verte..	1/2 Litre 12	15.50
N'importe quoi..	Litre 12	12.50
Gaston Gaudin Fils.		
Cherry Brandy..	qts.	6.50
Cherry Whiskey..	qts.	6.50
Blackberry Brandy..	qts.	6.50
Apricot Brandy..	qts.	6.50
Liqueur des Pères Chartreux		
de Tarragone.		
Liqueur Jaune..	12 litres	23.00
Liqueur Jaune..	24/2 “	24.50
Liqueur Verte..	12 “	27.50
Liqueur Verte..	24/2 “	29.00
Jules Lamothe.		
Cherry Whiskey..	qts.	9.00
Melrose Drover Ltd.		
Cherry Whiskey..		11.00
Frédéric Mugnier.		
Crème de Menthe Verte..	qts.	11.00
Cherry Brandy..	pts.	11.00
Cacao l'Hara à la Vanille..		12.50
Kirsch ***..		11.00
Prunelle de Bourgogne..		12.50
Crème de Framboises..		12.25
Fine Bourgogne, 12 lit..		20.00
Crème de Cassis..		11.00
Fine Bernard..		15.00
Grenadine..		8.50
Anisette..		11.00
Kumel..		12.00
Tournil & Fleury.		
Anisette..	qts.	8.40
Crème de Menthe..	pts.	8.00
Crème de Cacao..		8.00
Crème de Cassis..		8.00
Curacao..		8.00
Sirop Grenadine..		6.00
Chartreuse St-Denis		
Verte..		10.50 11.50
Jaune..		10.50 11.50
Pollen & Zoon		
Anisette..		9.00
Curacao..		12.00 13.00
Kummel..		12.00
Persico..		10.50
Parfait Amour..		10.50
Crème de Menthe..		10.50
Crème de Vanille..		10.50
G. Terrand.		
Petite Chartreuse..		18.00 19.00
Gabriel Viard, Troyes, France.		
	12	24/2
	litres	litres
Chartreusette jaune..	22.00	24.00
Chartreusette verte..	24.00	26.00
Pur Abricot [the genuine]	28.00	30.00
Marasquin, bout. d'origine	22.00	24.00
Viardictine de l'Abbaye St.		
Urbain..	20.00	22.00
Curacao, triple sec..	20.00	22.00
Peppermint [Menthe verte]	20.00	22.00
Cassis Imperator..	20.00	22.00
Crème de Cacao, Schouwa		
à la vanille..	20.00	22.00
Crème de Moka..	20.00	22.00
Anisette Extra fine, Cru-		
chons ou flacons..	20.00	22.00
Curacao quadruple sec..	22.00	24.00
Pour ordres d'importation, 25 caisses		
minimum, s'adresser aux agents.		
Willson.		
Blackberry Brandy..	qts.	9.00
Wynand Fockink.		
Anisette Blanche..	qts.	10.00
Crème de Thé..	pts.	10.00
Crème de Vanille..		10.00
Crème de Cacao..		10.00
Crème de Mocha..		10.00
Crème de Violettes..		10.00
Curacao Orange..		10.00
Curacao Blanc..		10.00

MADERE

Blandy Bros	La cse
Very Superior..	8.50
Special Selected..	10.50
London Particular..	13.00
Cossart, Gordon & Co.	
Au gallon..	2.50 à 9.00
Manuel Pico.	
Au gallon..	3.50 à 4.50
Rutherford & Browne.	
Au gallon..	de 2.50 @ 10.00

MALAGA

Blandy Bros.	La cse
Etiquette Bleu — pâle-doux..	7.50
Etiquette Blanc — pâle..	10.00
Adolfo de Torres y Hermanos.	
Au gallon..	de 2.50 @ 5.00
J. Pron & Cie.	
Au gallon..	4.75

MOSELLE

Deinhard & Co.	qts.	pts.
Brauenberger..	9.00	10.00
Piesporter..	10.00	11.00
Berncasteler Doctor..	15.00	16.00
Crown Sparkling..	18.50	20.00
Nonpareil Sparkling..	24.50	26.00
Frederick Krote.		
Sparkling..	qts.	pts.
	16.00	17.00
Kock, Lauteren & Co., [fondée en 1719].		
	qts.	pts.
Zeltinger..	8.50	9.50
Brauenberg..	12.00	13.00
Pisport..	13.00	14.00
Scharzberg — 1895..	13.00	
Sparkling Moselle..	18.00	19.50
Johann Schlitz		
Winneger..	6.00	7.00
Braunberger..	8.50	9.50
Sparkling..	17.00	18.00
Hocheimer..	17.00	18.00
Cabinet..	23.00	25.00
Joh. Bapt. Sturm.		
Sparkling Moselle..	15.50	17.50
Sparkling Hock..	15.50	17.50
P. J. Valckenberg, Ltd. Worms R		
Piesporter..	8.50	9.50
Zeltinger..	9.00	10.00
Braunberger..	15.00	16.00
Berncasteler Doctor..	16.50	17.50

MUSCATS

J. Pron & Cie.	
Au gallon..	3.00

OLD TOM

Boords.		La cse
Old Tom..		7.25
London Dry..		7.25
Booth		
London Dry..		8.00
Old Tom..		8.00
Club		
Old Tom..		6.50
Old Tom au gallon..		3.00
Cold & Co.		
Marque Beaver..	Qts.	5.75
Marque Beaver..	Pts.	6.75
London Dry..	Qts.	6.00
London Dry..	Pts.	7.00
Colonial		
London Dry..		6.50
Gordon		
London Dry..		7.50
Old Tom..		7.50
Hill's & Underwood.		
London Dry..		7.50
Old Tom..		7.50
Imperial Wine Co.		La cse
London Dry..		6.50
Old Tom..		6.50
Thorne.		
Old Tom..		7.50
London Dry..		7.50
Willson		
Royal Crown Old Tom..		6.50
Au gallon..		2.00 @ 3.00

Oporto

Commendador Feuerheerd.	
Au gallon	\$2.75 à \$ 9.00
Caisse	16.00
Blandy Bros.	La cse
Invalid's Special	12.00
Good Fruity	7.50
J. W. Burmester	La cse
Royal	5.00
Crusado	6.00
Rich Douro	9.00
White Port	11.00
Old Crusted	12.00
Royal Dry Superior	18.00
J. M. Caselles y Tarrats	
Au gallon	1.00 à 1.50
Cockburn, Smiths & Co.	
Tawny	La cse. 16.00
Au gallon	2.75 @ 7.00
Croft & Co.	
Au gallon	2.40 @ 7.50
A la caisse	7.00 @ 24.00
Geo. H. Delaforce.	
"Trocadero"	qts. la cse. 9.00
Robt. Delaro & Co.	
"Antique"	qts. la cse. 7.00
Garcia Hijos	8.50
Guimaraens & Co.	
Invalid's Reserve	La cse. 7.50
Au gallon	2.25 @ 5.50
Hunt, Roope, Teage & Co.	
Au gallon	2.00 @ 5.50
Oliva Morez y Ca.	
Old Tawny	5.50
Mackenzie & Co. Ltd.	
Au gallon	2.50 @ 10.00
A. Rizat et Cie	2.50
Robertson Bros. & Co.	
Medal Port No 1	16.00
Medal Port No 2	13.00
Favorita Oporto	8.00
Au gallon	1.50 @ 6.50
Sandeman & Co.	
Superior Old	12.00
"Club"	18.00
"1890"	25.00
Au gallon	2.50 @ 15.00
T. G. Sandeman & Sons.	
Au gallon	2.75 @ 9.00
Silva & Cosens.	
Dow's Admiral	La cse. 16.50
Au gallon	2.50 @ 14.00
	La cse
Manuel Tosta	6.50
T. Ventura & Co.	4.50

PORTER ANGLAIS

	qts.	pts.
S. Allsop & Sons	2.55	1.60
Guinness.		
Read Bros. "Dog Head" ..	2.60	1.65
E. & J. Burke, bottling ..	2.60	1.65
Machen & Co.		
Marque Pelican	2.60	1.65
Machen & Hudson.		
Marque "Beaver"	2.50	1.50

RHUMS

	qts.	pts.
Bolvin, Wilson & Cie.		
Black Joe	8.00	9.00
No 7	7.00	8.00
Marle Brizard & Roger.		
Ste-Croix	12.00	
P. S. Clément	11.00	
Jamaïque au gallon	5.00	
E. & J. Burke,		
Jamaica	9.50	
Dandicollé & Gaudin.		
Lion	8.00	9.50
Royal	0.00	11.00
St-Marc	0.00	9.50
Tom & Topsy	7.50	8.50
Sambo	7.25	8.25
Diamant Noir		La cse
Quarts		7.75
Diamantin.		
Quarts		8.00

Habitation L'enfant noire [Martinique]

		La cse
Litres..		13.00
$\frac{3}{4}$ Litre..		10.50
Galibert & Varon, Bordeaux, France.		
	Qts.	Pts.
Rhum authentique [Kaioipa		
Habitation]	10.50	12.50
Vieux Rhum [Galibert &		
Varon]	12.00	14.00
Vieux Rhum Carmencita		
[Jamaica]	13.00	15.00
Pour ordres d'importation, 30 caisses		
minimum, s'adresser aux agents.		
H. G. Kewney & Co.	qts.	pts.
Old London Dock—1 Etoile .	7.75	
Old London Dock—3 Etoiles .	8.75	
Red Heart.	qts.	pts.
A la caisse..	10.50	
Navy Reserve		
Jamaica		9.00
J. B. Sherriff & Co.		
Marque "Bell"	9.00	
Marque "Bell", 36 o. p. au		
gallon..	5.00	
Marque "Blue Star", 36		
o. p. au gallon..	4.75	
Talbot Frères.	qts.	pts.
"Fine Fleur"	8.00	9.00
"Fine Fleur" $\frac{1}{2}$ pt..		10.00
Lilacs..		7.50
Thorne.	qts.	pts.
Marque "Lion"	8.00	
Liquid Sunshine..	5.50	
Uncle Tom.		La cse
Qts....		8.00
Flasks, 24....		8.00
Western Glow		7.50

SAUTERNES

A. Balayé & Cie.		
Graves	4.25	5.25
Graves — au gallon		1.10
Barton & Guestier.		qts. pts.
Haut Sauterne	12.50	13.50
Graves	6.00	7.00
Barsac	8.75	9.75
Château Yquem	24.00	25.00
J. Calvet & Cie.		qts. pts.
Graves	5.25	6.25
Sauternes	5.50	6.50
Haut Sauternes	1901	11.50 12.50
J. Dutrenit & Cie.		qts. pts.
Graves	3.50	4.50
Faure Frères.		qts. pts.
Sauterne	4.00	5.00
Sauterne	5.00	6.00
Haut Sauterne	8.00	9.00
Château Barsac	6.50	7.50
Château Yquem	15.00	16.00
L. Gaudin & Cie.	4.50	5.00
A. Guilhou Frère Aîné		Qts.
Sauternes	4.50	
Haut Sauternes	6.00	
Graves Martillac	5.00	
Jimenez & Lamothe.		qts. pts.
Sauternes	6.00	7.00
Nathaniel Johnston & Fils.		qts. pts.
Barsac	6.00	7.00
Sauternes	6.00	7.00
Graves	6.00	7.00
Haut Sauternes	11.50	12.50
Château Yquem	20.00	21.00
A. Lacoste & Fils		qts. pts.
Sauterne	3.00	4.00
A. Lalande & Cie.		qts. pts.
1890 Graves	4.80	5.80
1888 Barsac	5.20	6.20
J. Latrille	5.25	6.00
Lecompte & Morel	2.75	3.25
Vigneau & Cambours	3.50	4.50
Louis Maignen & Co.	3.25	4.25

SHERRIES

D. Goni Feuerheerd.	
Au gallon	2.00 à \$ 9.00

Caisse	16.00
Alvarez & Co. au gallon ..	1.25
Blandy Bros.	
Manzanilla	La cse... 8.50
Amoroso	La cse... 11.00
J. M. Caselles y Tarrats.	
Au gallon	1.00 à 1.50
F. W. Cosens & Co.	
Au gallon	de 2.00 @ 10.00
Richard Davies.	
Au gallon	1.50 @ 5.00
Pedro Domínguez .. au gallon ..	1.25 @ 9.00
Manuel Gamboa Ramirez.	
Au gallon	1.25 @ 4.50
A la caisse	4.50 @ 12.00
Jose Gomez	La cse 8.50
Gonzalez & Byass	
Royal	La cse... 5.00
Favorita	La cse... 6.00
Club	La cse... 9.00
Amontillado	La cse... 12.00
Orange	La cse... 8.00
Au gallon	1.50 @ 5.00
P. Juanito & Co.	La cse 6.50
Levert & Schudel — au gallon ..	1.25
Mackenzie & Co. Ltd.	
Au gallon	1.50 @ 10.00
M. Misa — au gallon	1.50 @ 6.00
Oliva Morez y Ca.	
Golden Sherry	La cse 5.50
J. P. Pémartin.	
Au gallon	de 2.00 @ 15.00
Robertson Bros. & Co.	
Amontillado	La cse... 16.00
Manzanilla	La cse... 13.00
Olorozo	La cse... 8.00
Au gallon	1.75 @ 7.50
Sánchez Hermanos	La cse 4.50
Sandeman Buck & Co. (Julian Pémartin)	
Pale Dry	La cse. 12.00
Montilla Fino, very dry. La cse.	12.00
"Club"	La cse. 18.00
Selected Old	La cse. 33.00
"Jubilee"	La cse. 50.00
Au gallon	de 1.50 @ 10.00
Sobrinos de Vda X. Harmony y Ca.	
Vin Sherry, gallon	0.90 à \$8.00
A. R. Valdespino & Co.	
Au gallon	de 1.25 @ 6.50
A la caisse	de 5.00 @ 15.00
B. Vergara.	
Au gallon	1.50 @ 4.50

TARRAGONES

Bonsom & Cie.	
Au gallon	85c à 1.20

VERMOUTH

	La cse
Dolin Chamberizette	8.00
Cte Chazalette & Co.	7.00
E. Martinazzi & Co. [Italien] ..	6.50
Martini et Rossi	(Italien) 7.50
Noilly, Pratt & Co.	7.00
Freund Ballor & Co. .. [Italien] ..	6.75
P. Ricardo Forino	6.50

VINS DE PORTO

Wiese & Krohn, Oporto, Portugal.	
Tinto Novo No 1	gallon 1.50
Caisse 12 qts.	5.50
Tinto Novo No 2	gallon 2.15
Ligitimo No 1	gallon 2.50
Caisse 12 qts.	7.50
Particular	gallon 3.00
Invalid Port	cse 12 qts. 8.00
Pour les grandes marques, s'adresser	
aux agents.	

VIN DE GINGEMBRE

Boivin, Wilson & Cie.	
Quarts	La cse 4.50
Au gallon	1.29
Cold & Co.	4.00

VIN DU RHIN

	qts.	pts.
Deinhard & Co.		
Laubenheim	7.00	8.00
Nierstein	8.50	9.50
Rudesheim	15.50	16.50
Liebfraumilch	17.00	18.00

Hockheim.. .. .	18.00	19.00
Marcobrunn.. .. .	21.50	
Johannesberg.. .. .	25.00	
Steinwein [cruchons].. .. .	11.00	12.00
Sparkling Hock.. .. .	17.50	19.00
Feist Bros. & Sons.	qts.	
Laubenheimer.. .. .	1893..	6.75
Niersteiner.. .. .	1893..	7.00
Rudesheimer.. .. .	1893..	9.75
Hochheimer.. .. .	1893..	10.50
Original Liebfraumilch.. .. .	1893..	12.50
Steinwein in Bocksbeutel.. .. .	1893..	12.50
Rauenthal, own growth.. .. .	1893..	14.50
Pints: \$1.00 extra la cse.		

Frederick Krote	qts.	pts.
Laubenheimer.. .. .	5.75	6.75
Niersteiner.. .. .	6.75	7.75
Rudesheimer.. .. .	10.00	11.00
Hochheimer.. .. .	10.00	11.00
Steinwein.. .. .	11.00	12.00
Liebfraumilch.. .. .	14.50	15.50
Johannisberger.. .. .	17.00	18.00
Royal Scharzberg.. .. .	20.00	21.00
Sparkling Hock, blanc.. .. .	16.00	17.00
Sparkling Hock, rouge.. .. .	18.00	19.00

Kock, Lauteren & Co., fondée en 1719.	qts.	pts.
Laubenheim.. .. .	7.00	8.00
Bodenheim.. .. .	7.50	8.50
Nierstein.. .. .	8.50	9.50
Steinwein in Boxbeutel.. .. .	11.00	
Rudesheim.. .. .	15.00	16.00
Liebfraumilch.. .. .	15.00	16.00
Glesenheim.. .. .	16.00	17.00
Hocheim.. .. .	18.00	19.00
Johannisberg.. .. .	21.00	22.00
Claus Johannisberg—1893.. .. .	30.00	
Sparkling Hock.. .. .	18.00	19.50

Johann Schlitz.		
Bodenheimer.. .. .	6.00	
Hohnheimer.. .. .	6.50	
Laubenheimer.. .. .	7.00	
Niersteiner.. .. .	8.00	
Oppenheimer.. .. .	9.00	
Hochheimberg.. .. .	9.50	
Johannisberg.. .. .	15.00	

Joh. Bapt. Sturm.		
Winninger.. .. .	6.75	7.75
Niersteiner.. .. .	7.75	8.75
Hockheimer.. .. .	9.00	10.00
Rudesheimer.. .. .	9.00	10.00
Liebfraumilch.. .. .	14.00	15.00
Rudesheimer Berg.. .. .	15.50	16.50

F. J. Valckenberg, Ltd. Worms R		
Laubenheimer.. .. .	7.50	8.50
Niersteiner.. .. .	9.00	10.00
Rudesheimer.. .. .	12.50	13.50
Liebfraumilch—1893.. .. .	18.50	19.50
Johannisberger—1893.. .. .	25.00	26.00

VINS TONIQUES

Biquina.. .. .	2.00	
Castro.	La cse	
1 Seal port.. .. .	5.00	
3 Seal port.. .. .	6.00	
Dubonnet.	La cse	
Litres.. .. .	12.00	
Red-Heart.. .. .	9.00	
Vin Mariani.. .. .	10.00	
Vin St-Michel.. .. .	8.50	
Vin Vial.. .. .	12.50	
Vino Don Lorenzo.. .. .	7.00	
Violet Frères, Byrrh Wine.		
Litres.. .. .	11.00	
1 a bouteille.. .. .	1.00	
Wilson's Invalid's Port.. .. .	8.00	

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye.	La cse	
Screw top, 16 flasks.. .. .	6.00	
Screw top, 24 flasks.. .. .	6.25	
Screw top, 48 flasks.. .. .	7.25	
Glass stop, 24 flasks.. .. .	6.50	
Glass stop, 48 flasks.. .. .	7.50	
Perfection Brand Rye.		
Glass stop, 32 flasks. Amber.. .. .	6.50	
Rock & Rye.. .. .	12 qts.	7.90

Rock & Rye.. .. .	24 flks	8.00
Monopole Rye.		
Quarts.. .. .	7.00	
16 flasks.. .. .	7.50	
24 flasks.. .. .	6.50	
32 flasks.. .. .	8.00	
48 flasks.. .. .	9.00	

Parker's.	High Wines 50. o. p. gal.	
En quarts.. .. .	3.90	
En 1-2 quarts.. .. .	3.95	
Quantités moindres.. .. .	4.00	

Red Selter 1895	La cse	
Quarts.. .. .	8.00	
Special Quarts.. .. .	7.00	
Special Imp. Pints.. .. .	9.50	
Special Imp. 1-2 Pints.. .. .	8.00	
Special Flasks.. .. .	8.00	

Royal Rye	La cse	
Quarts.. .. .	7.00	
16 flasks.. .. .	7.50	
32 flasks.. .. .	8.00	
48 flasks.. .. .	8.50	
Crème de Menthe.. .. .	90.00	

Shield Rye	La cse	
Quarts.. .. .	6.00	
16 flasks.. .. .	6.50	
32 flasks.. .. .	7.00	
48 half flasks.. .. .	7.50	

Jos. E. Seagram.	La cse	
"Star" Rye.. .. .	qts.	
"Star" Rye.. .. .	Flasks, 32s.	
"Star" Rye.. .. .	Flasks, 64s.	
White Wheat.. .. .	qts.	
White Wheat.. .. .	Flasks, 32s.	
No. "83" Rye.. .. .	qts.	
No. "83" Rye.. .. .	Flasks, 16s.	

Hiram Walker & Sons.	La cse	
Canadian Club, 5 years old.. .. .	qts..	9.00
Canadian Club.. .. .	Flasks, 16s..	9.50
Canadian Club.. .. .	Flasks, 32s..	10.00
Imperial.. .. .	qts..	7.50
Imperial.. .. .	Flasks 16s..	8.00
Imperial.. .. .	Flasks 32s..	8.50
	au gal.	
Canadian Club—5 years old.. .. .	3.60	
Imperial.. .. .	2.90	
Rye.. .. .	25 U. P..	2.25
Malt.. .. .	25 U. P..	2.25

Wilson	La cse	
Empire Rye.. .. .	qts..	8.00
Empire Rye.. .. .	flasks..	9.00
Empire Rye.. .. .	flasks..	10.00
Liquid Sunshine.. .. .	7.00	9.00
Moonlight.. .. .	qts..	6.00
Moonlight.. .. .	Flasks 16s..	6.50
Moonlight.. .. .	Flasks 32s..	7.00
Moonlight.. .. .	Flasks 36s..	7.25
Moonlight.. .. .	Flasks 64s..	8.00

J. P. Wiser & Sons, Ltd.		
Recreation	La cse	
12 Bout. Rondes.. .. .	qts.	5.00
12 Flks.. .. .	Imp. qts.	7.00
16 Flks.. .. .	Imp. pts.	5.50
32 Flks.. .. .	Imp. ½ qts.	6.00
36 Flks.. .. .	Travellers	6.00
Canada Whiskey	La cse	
12 Bout. Rondes.. .. .	qts.	7.00
20 Flks.. .. .	Imp. pts.	8.50
32 Flks.. .. .	Imp. ½ pts.	8.00
60 Flks.. .. .	Imp. ½ pts.	8.00
Red Letter	La cse	
12 Bout. Rondes.. .. .	qts.	8.00
Whiskey Clair	La cse	
12 Bout. Rondes.. .. .	qts.	5.00

H. Corby Distillery Co.	La cse	
I. X. L.. .. .	qts.	8.07
Purity, Flasks, 32s.. .. .	7.65	
Purity, Flasks, 32s.. .. .	7.65	
Corby's Canadian Rye.. .. .	qts	5.40
Corby's Canadian Rye, Flasks		
32s.. .. .	6.00	
Corby's Whiskey Blanc.. .. .	qts.	5.50

WHISKEY ECOSSAIS

James Ainslie & Co.	1 cse	5 cses
O'Gilvie, quarts.. .. .	7.00	6.75

O'Gilvie, 24 flasks.. .. .	7.75	7.50
O'Gilvie, Imperial quarts.. .. .	9.50	
Ainslie, Yellow label.. .. .	9.00	
Ainslie, Ord. flasks.. .. .	10.25	
Ainslie, Imperial quarts.. .. .	13.50	
Ainslie, White label.. .. .	9.75	
Ainslie, Special.. .. .	10.50	
Ainslie, Extra Special.. .. .	12.50	
Ainslie, Clyneshish [Smoky].. .. .	13.00	

John Begg	La cse	
Capsule rouge.. .. .	9.50	
Capsule blanche.. .. .	10.50	
Capsule bleue.. .. .	12.50	
Special Reserve.. .. .	18.00	

Big Ben.		
Quarts [10 years old].. .. .	11.00	10.75

Balmoral.		
Quarts.. .. .	7.50	
Pts.. .. .	8.50	
24 flasks.. .. .	8.50	
12 Imp. Flasks.. .. .	11.00	
24 Imp. 1-2 flasks.. .. .	11.50	
Au gallon.. .. .	6 à 7 O. P..	3.90 @ 4.25

Bulloch, Lade & Co.	La cse	
Loch Katrine.. .. .	qts..	7.50
Loch Katrine.. .. .	32 Flasks..	9.50
Loch Katrine. Imp. Qt. Flasks.. .. .	11.00	
Special White Label.. .. .	9.50	
Extra Special Gold Label.. .. .	11.00	

Burns, Leslie & Co.		
Gleneil.. .. .	qts..	6.00

Robt. Dale & Co.	La cse	
Quarts.. .. .	12s	5.00
Flasks.. .. .	24s	6.00
½ Flasks.. .. .	48s	7.00

Peter Dawson	La cse	
Perfection.. .. .	9.75	
Special.. .. .	10.50	
Extra Special.. .. .	9.50	
Liqueur.. .. .	12.25	
Old Curio, 20 years old.. .. .	15.00	
Au gallon.. .. .	4.00 @	7.00

John Dewar & Sons, Ltd.	La cse	
Dominion Blend.. .. .	qts.	8.75
"Special".. .. .	qts.	9.25
Blue Label.. .. .	qts..	9.75
Special Liqueur [W. Label].. .. .	qts..	12.50
Extra Special Liqueur.. .. .	qts..	16.50
5 cses d'une sorte ou assorties, 25c la cse en moins.		

Roderick Dhu	La cse	
Quarts.. .. .	9.50	

Alex. Ferguson & Co., Glasgow, Ecosse.	La cse	
Fine et vieille liqueur 20 ans d'âge.. .. .	15.00	
Club Liqueur.. .. .	13.50	
P. & O. Special Liqueur, 10 ans d'âge.. .. .	10.00	
K. T. [la marque la plus populaire].. .. .	9.50	

Graham, Davy & Co.	La cse	
Loch Carron.. .. .	qts..	6.50

Greenless Bros.	La cse	
King Edward VII.. Ext. Sp. qts..	9.50	
King Edward VII.. Sp. Liq. qts..	12.00	

Griffiths, McAllister & Co.		
Bonnie Doon		

1 caisse.. .. .	10.25	
5 caisses.. .. .	9.75	
10 caisses.. .. .	9.50	

Glenfinnart		
1 caisse.. .. .	10.75	
5 caisses.. .. .	10.50	
10 caisses.. .. .	10.00	

Haig & Haig	La cse	
★★★★.. .. .	9.50	
★★★★.. .. .	15.00	
Liqueur.. .. .	16.00	
Bleu Blanc Rouge.. .. .	9.50	

J. & R. Harvey.	La cse	
R. O. S.. .. .	12.50	
Fitz James.. .. .	10.00	

Hunting Stewart...	9.00
Jubilee...	8.50
Old Scotch...	7.50
Au gallon...	3.65 @ 5.50
Wm. Hay, Fairman & Co.	La cse
Hay's finest...	Sq. qts. 7.75
Hay's old...	Rd qts. 6.75
Hay's old...	24 flasks 7.50
Hay's old...	32 sq. flasks 7.50
Hay's old...	Imp. qts. flasks 10.00
D. Heilbron	La cse
Hillburn Blend...	qts. 7.50
King's Liqueur...	qts. 10.00
John Hopkins & Co.	La cse
"Old Mull" Blend...	9.50
"Navy Liqueur" V. O. S...	12.00
Melrose, Drover & Co.	Le gal
1 étoile...	4.00
2 étoiles...	4.25
3 étoiles...	4.50
4 étoiles...	4.75
5 étoiles...	5.00
Mitchell Bros.	La cse
Mullmore 12 Btles...	qts. 6.50
Mullmore 24s...	pts. 7.50
Mullmore 48s...	1/2 flks. 9.00
Mullmore 24 Imp. qts. Flasks...	10.00
Glen Ogle 12 Btles rdes...	qts. 8.00
Heather Dew 12 Btles. rdes qts...	8.00
Heather Dew 12 Imp. Flks. qts...	11.25
Heather Dew 10 oz. Flks...	12.00
Special Reserve 12 Btles. rdes...	9.00
Special Reserve Pts. 24s...	10.00
Special Reserve Imp. Flks. 24s...	11.75
Finest Old Scotch 12 Btles. rds...	12.50
Grey Beard Stone Jars...	12.50
E. S. L. Decanters...	9.50
E. S. L. Decanters...	qts. 9.50
Robert Dale, 12 qts...	5.00
White Star Liqueur...	qts. 10.50
	Au gal.
Old Scotch Proof...	Quarts. 3.50
Heather Dew...	3.45 à 4.00
Special Res. Scotch Proof...	Qts. 4.00
Special Res...	3.50 à 4.50
Extra Spec. Liqueur...	4.75 à 5.00
Wallace Moir,	
Imperial Quarts...	12.00
Hugh McAdam & Co.	La cse
Imp. Oval qts...	7.50
Ord. Oval qts...	5.50
Ord. Oval pts...	6.50
24 Flasks, Stoppers...	6.50
48 1/2 Flasks, Stoppers...	7.50
Hugh McAdam & Co.	
32 Flasks, stoppers...	7.00
Alex. McArthur & Co.	
Quarts...	7.50
Flasks...	8.50
Imp. Quarts...	11.00
D. P. McDonald & Sons.	La cse
Long John, extra quality...	10.00
Long John, exhibition...	12.50
James McNeil.	La cse
Imperial Oval...	qts. 8.00
Quarts...	6.00
Pints...	7.00

24 flasks, Screw top...	7.00
32 flasks, Screw top...	7.50
48 1/2 flasks, Screw top...	8.00
5 cses à la fois, 25c. en moins.	
Red Cross.	La cse
Quarts...	6.25
24 Flasks...	6.75
48 1-2 Flasks...	7.75
John Robertson & Son	Le gal.
	Droits payés
No 1—Fine Old...	3.43
No 2—"Special"...	3.68
No 3—Old Highland...	3.96
No 4—Old Dundee...	4.28
No 5—Old Private John...	4.71
No 6—Liqueur...	5.16
No 8—Dundee Finest...	5.96
	La cse.
Private Stock John Robertson	12.50
J. R. D. "Star"...	9.50
Duncan McIntosh...	7.50
Robertson, Sanderson & Co.	
"Glenleith" [8 years old].	la cse. 9.00
"Glenleith" 5 O. P.	le gal. 4.75
"Glenleith" 15 U. P.	le gal. 4.00
"Mountain Dew," full flavor.	cse. 9.50
	la cse
"Mountain Dew," cruchons terre.	8 Imp. qts. 12.00
"Mountain Dew," cruchons terre,	12 Imp. qts. 13.00
"Mountain Dew," 4 O. P.	le gal. 4.75
Special Liqueur [15 years old].	12.50
Old Private Stock, [20 years old].	17.50
Ian McPherson	le gal
Craigdhun...	10 O. P... 4.00
Dhuloch...	9 O. P... 4.10
Special Blend...	8 O. P... 4.25
Special Blend...	15 U. P... 3.75
Ross Glen.	La cse
12 Quarts...	6.75
32 Square Flasks...	8.50
48 Square Flasks...	8.00
12 Imp. Quart. ... Oval Flasks...	10.50
24 Imp. Pint. ... Oval Flasks...	11.00
48 Imp. 1/2 Pint. ... Oval Flasks...	12.50
Royal Lochnagar	La cse
O...	9.50
OOO...	10.00
Scotch Marchant	La cse
Special Old Highland Whisky...	10.00
par 5 caisses...	9.75
par 10 caisses...	9.50
J. B. Sherriff & Co.	La cse
Old Islay...	10.00
V. O. Islay...	10.25
Islay, 10 o. p. au gallon...	4.25
Islay V. O. preuve, au gallon...	5.25
Whisky Ecosais	
Strathcona...	9.50
Stuart, Campbell, & Co.	
Quarts...	6.50
Flasks...	7.50

1/2 Flasks...	8.50
Imperial Quarts...	9.50
John Walker & Sons.	La cse
Kilmarnock...	10.00
Wilson.	La cse
Braê-Mar...	qts. 8.00
Braê-Mar...	flasks. 9.00
Braê-Mar...	1/2 flasks. 10.00
Wright & Greig.	La cse
Premier...	12.00
Grand Liqueur...	20.00

WHISKEY IRLANDAIS

E. & J. Burke.	La cse
Quarts...	8.50
Imperial Quart flasks...	12.00
Pat Fagan & Co.	La cse
Quarts...	8.50
Findlater.	La cse
A 1...	9.50
D. W. D.	La cse
1 Shamrock...	9.75
3 Shamrocks...	10.75
Wm. Hay, Fairman & Co.	La cse
Hay's Old...	Rd qts. 6.75
Hay's Old...	24 flasks. 7.50
Hay's Old...	32 flasks. 7.50
Hay's Old...	Imp. qt. flasks. 10.00
Janishannon.	1.50
John Jameson & Son.	La cse
1 étoile...	9.50
3 étoiles...	11.25
William Jameson.	La cse
1 harpe...	9.75
3 harpes...	10.75
McConnell's	
★...	Qts. 9.00
★★...	Qts. 10.75
Special Liqueurs...	Qts. 12.50
Mitchell Bros. Ltd.	La cse
Old Irish Imp. Qts. 12s...	11.00
Old Irish 12 Btles. rdes...	Qts. 6.50
Old Irish Pts. 24s...	8.00
Old Irish Flasks 10 oz...	12.00
Spec. Old Irish Imp. Pts. Flks...	11.75
Cruiskeen Lawn Stone Jars...	12.50
Cruiskeen Lawn Stone Jars,	
Imp. Qts. Flasks...	11.50
	Au gal.
Old Irish...	3.65 à 4.00
Special Irish...	4.75 à 5.00
Wm. O'Berne & Sons	
12 Imperial Oval Quarts...	9.00
12 Ordinary Quarts...	6.50
24 Pints...	7.50
24 Flasks, stoppers...	7.50
48 1-2 Flasks, stoppers...	8.50
Old Bushmill.	La cse
★...	9.50
★★...	12.00
Special Malt...	10.50
George Roe & Co.	La cse
★...	9.75
★★...	10.75
St-Kevin...	La cse. 8.00
Kilkenny...	La cse. 6.50

VOTRE OCCUPATION

Remplissez-la avec plaisir, même si elle ne vous est pas sympathique.

Mettez-y l'esprit d'un artiste, non celui d'un artisan.

Qu'elle vous serve de marche-pied pour atteindre une situation plus élevée.

Efforcez-vous d'accomplir votre tâche mieux qu'elle n'a jamais été faite auparavant.

Que la perfection soit votre but et que rien d'autre ne vous satisfasse.

N'essayez pas d'exécuter votre travail en n'y mettant qu'une partie de vous-même—la plus faible partie.

Tenez-vous en état de le faire aussi bien qu'il peut être fait.

Considérez-vous comme travaillant de conserve avec le Créateur de l'univers.

Croyez en la dignité et en la valeur de votre occupation, quelque humble qu'elle soit.

Reconnaissez que le travail est ce qui honore et ennoblit la vie.

Acceptez la partie désagréable du travail avec autant de joie que sa partie agréable.

Choisissez, si possible, l'occupation pour laquelle la nature vous a donné une vocation.

Voyez combien vous pouvez y mettre de vous-même, au lieu de vous occuper de ce que vous pouvez en retirer.

[Success].



LE TIMBRE VERT APPOSE SUR LE TABAC CANADIEN

Une députation composée de manufacturiers de tabac canadien, de Montréal, Québec, et autres endroits, s'est rendue à Ottawa le 18 janvier, afin d'obtenir du gouvernement l'abolition du timbre de couleur verte qui doit être apposé sur le tabac canadien exclusivement, lorsque ce tabac, après avoir été préparé, est mis en vente.

Les manufacturiers prétendent que si, autrefois, le tabac canadien pouvait passer pour un produit de qualité inférieure, il n'en est plus de même aujourd'hui. Les méthodes de culture ont été améliorées; les planteurs ont, par une sélection constante des graines, des espèces s'adaptant le mieux au sol et au climat, produit des tabacs de meilleure qualité et, enfin, le tabac est mieux séché, mieux préparé, qu'il n'était autrefois. En conséquence, les manufacturiers obtiennent maintenant des planteurs canadiens du tabac d'une qualité au moins égale à certains tabacs qui, pour certains usages sont importés de l'étranger.

Il n'y a donc aucune raison, d'après les membres de la députation, pour que le gouvernement exige qu'un timbre d'une couleur différente soit apposé sur les tabacs canadiens et sur les tabacs étrangers.

En continuant à appliquer le timbre vert au tabac canadien exclusivement, le gouvernement semble ne pas se rendre compte des progrès accomplis dans la culture du tabac au Canada et de l'excellence des tabacs manufacturés avec le produit canadien. Ce timbre vert, pour beaucoup de gens encore, est l'indice que la marchandise qu'il couvre est de qualité inférieure; il faudrait détruire cette fausse impression que le tabac canadien est de qualité inférieure et le gouvernement y contribuera en apposant un timbre de même couleur sur les tabacs canadiens et sur les tabacs étrangers.

Les fumeurs savent apprécier la qualité d'un tabac, c'est vrai; mais combien d'entre eux n'ont jamais essayé de comparer les tabacs canadiens aux tabacs importés, grâce à ce timbre vert contre lequel ils ont un préjugé invétéré.

Nous pensons, comme les manufacturiers, qu'il ne devrait pas y avoir un tim-

bre d'une couleur pour les tabacs du pays et un timbre d'une autre couleur pour les tabacs produits à l'étranger. Cette distinction ne peut que nuire au développement de la culture et de l'industrie du tabac au Canada et nous souhaitons ardemment que le gouvernement donne satisfaction aux vœux exprimés par la députation des manufacturiers de tabac canadien.

L'EXPORTATION DES CIGARES DE LA HAVANE EN 1906

Le tableau suivant indique les exportations de cigares de la Havane, depuis le 1er janvier jusqu'au 30 novembre 1906, ainsi que les exportations pour les mois correspondants de l'année 1905.

Mois	1905 Cigares	1906 Cigares
Janvier	22,398,922	22,398,024
Février	17,922,508	19,451,197
Mars	17,540,021	20,706,989
Avril	17,397,539	22,792,314
Mai	20,256,969	19,763,162
Juin	18,847,740	19,685,677
Juillet	15,284,526	19,507,787
Août	22,109,983	26,261,832
Septembre	17,865,315	19,637,967
Octobre	24,290,265	22,327,125
Novembre	17,727,013	22,872,419
Total	212,640,801	235,404,493

L'EVOLUTION DE LA CIGARETTE

[Suite].

Les cigarettes Egyptiennes

Les cigarettes égyptiennes firent bientôt leur apparition et devinrent des favorites. La légende veut qu'elles aient été d'abord apportées dans ce pays par des officiers anglais, après le bombardement d'Alexandrie et qu'elles convinrent tant au goût du public, que la demande en devint énorme. Les marchands grecs du Caire et d'Alexandrie ne furent pas lents, comme d'habitude, à s'apercevoir qu'il y avait de l'argent dans ce commerce, et avant longtemps il y eut assez de cigarettes égyptiennes pour tous ceux en Angleterre qui consentaient à payer le prix alors élevé pour lequel se vendait une cigarette turque réellement bonne, mais ayant un arôme étrange que l'on déclara être égyptien. A ce sujet, il faut dire quelque chose. Il est peut-être étrange de dire

qu'on ne cultive pas de tabac en Egypte, mais, dans tous les cas, si cette culture y était pratiquée, ce ne serait que par les indigènes et pour eux-mêmes. Les cigarettes égyptiennes sont faites de tabac turc d'une qualité qui varie, mais est très bonne, et, mélangé avec du "Ayasalook". Le "Salook," pour employer l'abréviation plus familière, pousse dans un district de ce nom, en Asie Mineure, non loin d'Alexandrie et sur une terre qui sert en hiver au pâturage des chèvres et des moutons de montagne. L'engrais ainsi produit pénètre dans le sol; des graines de diverses espèces de tabac, principalement de tabac turc, sont plantées là et il en résulte un tabac d'un arôme très fort, piquant, et qui peut servir d'assaisonnement aux autres tabacs, car on ne peut pas l'employer par lui-même, mais uniquement en mélanges, à la préparation desquels les manufacturiers d'Alexandrie et du Caire sont passés maîtres.

Cigarettes Egyptiennes faites en Angleterre

Des cigarettes égyptiennes de fabrication anglaise, voilà qui semble paradoxal, mais ne l'est pas. Nous pouvons nous procurer les feuilles de tabac turc et de salook. Nous avons ici d'habiles mélangeurs de tabacs et nous pouvons faire les cigarettes aussi bien que d'autres nations; de plus, nous faisons une économie par la différence entre le droit sur le tabac non manufacturé et le droit sur le tabac manufacturé, et ce qu'il y a de mieux, c'est que nous encourageons ainsi l'industrie domestique. Le fait reconnu que le tabac manufacturé dans son humidité naturelle a un avantage distinct pour l'arôme, quand ce tabac est employé pour la fabrication des cigares, ne s'applique pas aux cigarettes qui sont faites avec du tabac qui a déjà été importé en Egypte et manipulé là. Il y a plusieurs maisons anglaises qui produisent des cigarettes égyptiennes de la meilleure qualité.

Une comparaison

Sur les millions de cigarettes produites chaque semaine en Angleterre, il y en a peut-être 99 sur 100 connues sous le nom générique de cigarettes de Virginie; mais quand nous pensons à certain tabac ordinaire noirâtre, nous nous étonnons que le même tabac puisse être employé en ciga-

rettes. Qu'il soit bien compris que le tabac cultivé dans d'autres Etats que la Virginie est classifié sous ce nom pour le bénéfice des gens qui ne sont pas initiés et nous pouvons comprendre immédiatement que les plants de tabac plus clair sont utilisés pour produire le tabac à cigarettes; il ne faut pas non plus oublier que le tabac à pipe et le tabac à chiquer sont noircis par la compression et d'autres procédés, en cours de manufacture. Mais que les mélanges soient faits d'une manière ou d'une autre, nous devons admettre que ce qui est connu comme cigarettes de haute catégorie de la Virginie, soutient favorablement la comparaison avec les cigarettes turques ordinaires; ces dernières sont relativement dispendieuses et nous ne devons pas considérer les cigarettes de la Virginie et les meilleurs articles américains comme articles à classer dans la catégorie de ceux qui se vendent à raison de cinq pour un denier.

Beaucoup de fumeurs prétendent que les cigarettes de la plus médiocre qualité ne peuvent pas être faites avec toute espèce de tabac. En réalité, le coût initial du tabac de qualité très inférieure est si faible, et la feuille est si productive, qu'il ne serait pas avantageux de manipuler tout autre tabac pour en faire un mélange. Les manufactures sont si souvent inspectées et leur produits examinés et même analysés par les autorités des douanes, que le risque d'une amende sévère est suffisant pour empêcher une adultération. Les poursuites très rares sont une preuve suffisante que cette adultération n'est pas pratiquée. Dans l'espace de vingt ans, il y a peut-être eu une dizaine de poursuites, et ces poursuites ont été faites contre des étrangers dont les manufactures n'étaient pas autorisés. Les cigares, aussi bien que les cigarettes, sont compris dans cette remarque.

L'ennemi de la cigarette

Il n'est pas douteux que l'introduction de cigarettes à très bon marché ait poussé la jeunesse à fumer; mais il y a un remède à cela, et c'est la disparition presque complète de ce qu'on a appelé l'ennemi de la cigarette, l'homme qui fumait du matin au soir les cigarettes qu'il faisait lui-même, qui roulait une autre cigarette, avant que celle qu'il avait aux lèvres fût complètement brûlée, et la râlumait au moyen de cette cigarette à demi consumée et encore en feu; l'homme qui était vite reconnu à son pouce coloré de nicotine, et dont les lèvres et les mains tremblaient comme celles d'un ivrogne. La qualité n'étant pas pour lui un desideratum, mais cet homme voulant avoir quelque chose à fumer, il se contente maintenant de la cigarette toute faite, à très bon marché, et il trouve, à sa grande surprise, que ces cigarettes sont moins nuisibles à sa santé que celles dont la confection lui prenait du temps et lui cau-

sait du trouble. Naturellement, nous ne parlons pas du fumeur qui se livre modérément à sa passion.

Grand avantage des cigarettes toutes faites

Les cigarettes toutes faites, à moins qu'elles ne soient très fraîches, ont un très petit degré d'humidité et leur enveloppe est faite avec le moins de papier possible. L'ennemi de la cigarette employait généralement du tabac à pipe et même du tabac très brun et deux fois autant de papier; ce papier mouillé par la langue augmentait l'humidité d'environ 40%. Le résultat était une combustion incomplète du tabac, et il en résultait une agglomération des huiles non brûlées dans le bout de cigarette, et des doigts tachés. Dans une cigarette sèche, la plus grande partie des huiles essentielles est brûlée et volatilisée au point de combustion. Une expérience très simple fera ressortir ceci: allumez une cigarette toute faite et une cigarette que vous aurez faite à la main; tirez une bouffée alternativement de chacune d'elles et quand elles seront à moitié fumées, comparez-les. Sur la première, le papier sera à peine décoloré, tandis que sur la dernière, il sera taché de jaune et le tabac sera aussi mou que de la pulpe. Pour user d'une comparaison, il y a presque autant de différence dans l'effet des deux cigarettes sur l'organisme, qu'il y en a entre l'effet produit par du whisky nouveau et celui produit par du vieux whisky.

Une erreur des médecins

Il y a quelques années, tous les médecins étaient d'avis que la cigarette était la forme la plus nuisible sous laquelle on pût fumer le tabac et qu'elle était particulièrement pernicieuse, parce qu'on la fumait avec tant de persistance; ils disaient que cet effet pernicieux ne pouvait être comparé qu'à celui du brandy pris à petites doses. Une cigarette ou une goutte de brandy ne peuvent pas être par elles-mêmes pernicieuses, mais la fréquence des petites doses constitue une habitude malsaine. Dans le passé, l'auteur de cet article a souvent entendu des médecins dire que la quantité et la force de la nicotine produite par une cigarette peuvent être prouvées indiscutablement en rejetant la fumée contenue dans la bouche, sur un mouchoir blanc; il en résulte une tache brune. Ces médecins oubliaient complètement que la nicotine pure est incolore et ils oubliaient probablement que la fumée du tabac tient en solution une matière végétale colorante, qui est verte dans son état primitif, mais devient brune par les divers procédés de traitement et de manufacture; cette fumée tient également en solution une petite quantité de goudron végétal et des atomes de carbone. De là la tache brune. Il y a certainement dans la fumée, une quantité infinité-

male de nicotine; elle est si petite, que l'analyse chimique ne peut découvrir dans une cigarette qu'une quantité microscopique de nicotine, et cependant elle suffit à procurer au palais cette sensation agréable, indescriptible, absente dans toute autre matière végétale ainsi brûlée; mais elle est suffisante pour laisser une odeur plus ou moins âcre dans le bout de cigarette refroidi, dans le fume-cigarette et dans une chambre mal aérée.

Inhalation de la fumée de cigarette

Les médecins disent qu'en avalant la fumée de cigarette, les fumeurs se tuent absolument; non-seulement cette fumée nuit à la gorge et aux poumons, mais elle affecte sérieusement l'action même du cœur. Je n'ai aucun désir d'être incivil envers les médecins, mais il faut remarquer que l'expérience prouve le contraire, toujours en supposant que le fumeur est en bonne santé et est robuste. L'auteur de cette étude a fumé des cigarettes pendant quarante ans et ne se serait pas donné la peine d'en fumer s'il n'avait pas pu avaler la fumée; il ne fume que 6 ou 8 cigarettes par jour, principalement le soir, et il est heureux de pouvoir dire qu'il n'a jamais fumé impunément, deux ou trois fois la même quantité de cigarettes.

Pourquoi avale-t-on la fumée?

Parce que la fumée d'une cigarette ordinaire, et plus particulièrement d'une cigarette turque, est si douce et si agréable, qu'on n'éprouve aucun goût en la renvoyant immédiatement; la langue et le palais n'ont pas assez de sensibilité (peut-être à cause de la haute saveur de ce que nous mangeons et de ce que nous buvons. En expirant doucement, la fumée pénètre dans le larynx et en est lentement expulsée par l'effet de la respiration, une partie de la fumée passant par le nez en même temps; la sensibilité de la muqueuse de ces parties procure, au contact de la fumée, cette sensation qui donne aux vrais fumeurs de cigarettes un plaisir qu'il ne peut pas obtenir avec la pipe, plus satisfaisante, mais plus forte. Il n'est pas douteux que l'effet produit sur l'organisme est plus rapide par la fumée de la cigarette que par toute autre fumée; l'esprit est immédiatement apaisé, la mauvaise humeur est calmée, la digestion est quelque peu aidée, et les troubles cessent pour le moment. L'homme qui doit concentrer sa pensée trouve une aide dans la cigarette.

La cigarette nuit-elle aux poumons?

La réponse est négative, parce que la fumée ne pénètre pas dans les passages réservés à l'air. Avant que cela n'ait lieu, il faudrait un effort pour vider complètement les poumons d'air et remplacer cet air par de la fumée. Un asthmatique fume des cigarettes médicamentées et aspire la vapeur d'une poudre qui brûle; quand il

est nécessaire que cette fumée atteigne les tubes les plus éloignés des bronches, le patient doit chasser l'air de ses poumons et aspirer immédiatement de la fumée; ceci donne généralement du soulagement au malade, soulagement qui peut n'être que temporaire. Il y a des produits pharmaceutiques et des préparations tout aussi puissants et même plus puissants que la quantité infime de nicotine absorbée, et cela, simplement dans les bronches. Quant au carbone contenu dans la fumée, les poumons le rejettent exactement de la même manière qu'ils rejettent la suie contenue dans l'atmosphère de toutes les villes populeuses. La fumée de la cigarette peut-elle être aussi nuisible que la poussière et la fumée de pétrole que chacun aujourd'hui doit avaler en rencontrant un automobile ou un omnibus?...

Quels sont ceux qui ne doivent pas avaler la fumée?

Ce sont ceux qui souffrent d'inflammation chronique de la gorge et ceux dont le coeur est faible ou qui souffrent de maladie de coeur. Le tabac "Pélique" et le "Salook", (ce dernier est contenu dans les cigarettes égyptiennes) sont nuisibles à la gorge et agissent sur le coeur, même chez les personnes en bonne santé; mais chez ces personnes, l'effet sur le coeur n'est que transitoire. Si en avalant la fumée de la cigarette, le fumeur ressent des

étourdissements, qu'il laisse sa cigarette, car cela prouve la présence de "mildew" ou de quelque substance étrangère. Quand le tabac est ainsi affecté, il est impossible de le ramener à un état qui le rende propre à être fumé; il faut donc que tous les marchands soient prudents. Chaque fois qu'un nouveau paquet de cigarettes arrive, examinez-les bien, ouvrez même deux ou trois boîtes dans ce but; cela est surtout nécessaire pour les marchandises importées, parce qu'elles ont été plus ou moins en contact avec l'air de la mer. D'autre part, rappelez-vous que les cigarettes ne doivent pas être conservées trop sèches, ce qui leur ferait perdre toute saveur. Bien entendu, cela donne naissance à un problème difficile. La seule solution réside dans le jugement de chacun, d'après les circonstances particulières qui se présentent. La seule sauvegarde consiste à tenir un stock aussi faible que possible, étant donnée la vente plus ou moins rapide de toute ligne particulière. Il est évident que le stock se maintiendra en meilleure condition en hiver qu'en été.

Manufacture des cigarettes

A notre époque de vive concurrence, les cigarettes sont presque toutes faites à la machine; les machines dont on se sert aujourd'hui sont si parfaites qu'on n'a besoin que de leur fournir du tabac et du papier à une extrémité, et les cigarettes finies sortent par milliers à l'autre

extrémité. D'où grande économie de main-d'oeuvre, quantité minimum de papier employé et très peu de contact avec les mains des ouvriers. Mais le seul désavantage de la cigarette faite à la machine, c'est qu'elle ne peut pas être remplie aussi uniformément que celle faite par la main d'un ouvrier expérimenté; par conséquent la cigarette peut contenir trop ou pas assez de tabac, être trop serrée pour bien tirer, ou pas assez serrée pour donner satisfaction au fumeur.

Cigarettes faites à la main

Il y en a de deux sortes: celles entièrement roulées à la main et qui sont indubitablement les meilleures, ce sont aussi celles qui reviennent le plus cher; les cigarettes remplies pour lesquelles des cylindres tout préparés, de la grosseur voulue sont remplis par une seule extrémité ou par les deux suivant le tabac employé. Là encore, comme pour la cigarette faite à la machine, la même objection se présente quant au serrage plus ou moins fort du mince rouleau de tabac, mais à un degré beaucoup moindre, parce que l'ouvrier qui a à couper les extrémités peut, par une longue pratique, dire au simple toucher, si une cigarette n'est pas bien faite et la rejettera—ou du moins il devrait le faire. Le système de fabrication par remplissage des cylindres de papier demande un rebord de papier moins grand que la confection entière à la main. Tout

"JE N'AVAIS JAMAIS SU," Disait un Hotelier
l'autre jour,

"qu'il y avait un profit clair aussi fort à tenir une ligne de Cigares. J'avais toujours pensé qu'un hôtelier courait un risque en tenant un tel stock. Mais un voyageur passa et me fournit des

CIGARES

Hogen = Mogen
ET
Royal = Sport,

que j'ai toujours vendus depuis. Tout le monde semble aimer ces cigares. Ce sont de bons articles de vente."

SAVEZ-VOUS CELA?

The SHERBROOKE CIGAR CO. - Sherbrooke, P.Q.

compte fait, c'est cette dernière espèce qui donne la plus grande satisfaction au connaisseur.

Le gommage du papier

Des hommes qui ne sont pas au courant de la manufacture ont fait remarquer que de la gomme plus ou moins sujette à objection était employée pour coller le papier. C'est une erreur. On n'emploie dans ce but qu'une solution épaisse de riz, et cela pour les cigarettes faites à la main. Quant aux cigarettes faites à la machine, les bords du papier sont sertis, sans emploi d'aucun mucilage.

Calendrier Sweet Caporal

Nous accusons réception avec remerciement du calendrier Sweet Caporal publié par la American Tobacco Co.

Il est à la hauteur de la réputation que cette Compagnie s'est créée pour la perfection de ses articles-réclame et il ne manquera pas de répandre avec profit le renom des excellentes cigarettes Sweet Caporal.

LES CIGARES ET LES CIGARETTES EN FRANCE

Le consul général des Etats-Unis à Paris, rapporte qu'une analyse récemment publiée du budget du ministère des finances, comprenant les recettes et dépenses jusqu'à la fin de l'année 1905, fournit des données intéressantes sur la consommation du tabac à fumer en France. D'après cette analyse, la cigarette et la pipe déplacent rapidement le cigare dans l'estime des fumeurs français.

En 1870, 5,670,000 livres de cigares ont été fumées en France et ce chiffre a encore augmenté pendant les cinq ou six années suivantes. Le cigare commença alors à diminuer de faveur et son usage déclina lentement jusqu'en 1904, où la consommation tomba à 5,481,000 livres. D'autre part, la consommation des cigarettes a augmenté de 33,600 livres en 1870, à 4,620,000 livres en 1904. La quantité totale de tabac fumée en France dans la pipe et en cigarettes, en 1904, est de 59,514 livres, poids égal à plus de dix fois celui des cigares fumés pendant la même année.

Le tout en ce bas monde est de "savoir" pour ne pas s'exposer à commettre une erreur. Une erreur, une grave erreur, que peut commettre celui qui est dans le commerce, est de ne pas savoir quelles sont les marchandises qui rapportent un bon profit et plaisent à la clientèle. Par suite de cette ignorance, le compte de banque n'augmente pas autant qu'il le devrait.

Si les hôteliers et les tabacconistes savaient que les cigares Hogen-Mogen et Royal Sport sont aimés de tous les fumeurs et qu'ils donnent de très beaux profits à ceux qui les vendent, tous voudraient les tenir.

Maintenant qu'ils le savent ils n'ont qu'une chose à faire, c'est d'adresser un ordre d'essai à la Sherbrooke Cigar Co., de Sherbrooke, et ils n'auront qu'à s'en louer.

QUAND LE TABAC EST-IL MUR?

Le "Tabacco Journal", des Etats-Unis, publie les données suivantes publiées par le Département de l'Agriculture, sur la maturité du tabac:

L'époque où un plant de tabac est mûr et bon à couper est une affaire de jugement et d'expérience. Il se produit un léger changement dans la couleur de la feuille; celle-ci passe du vert foncé à un vert d'une couleur plus pâle, des taches jaunes apparaissent et la feuille est rude et épaisse au toucher. Elle se brise facilement surtout quand elle est couverte de rosée.

Le docteur Loew, dans ses études sur la feuille de tabac du Connecticut, dit que la maturité de la feuille n'est pas un phénomène physiologique, mais un phénomène pathologique. L'accumulation d'enzymes et d'acides oxidant la nicotine crée un état dans lequel la couleur vert foncé normale des grains chlorophylles fait place à une couleur jaunâtre.

Une feuille mûre contient, par 100 centimètre carrés (15½ pouces carrés), une moyenne de 0,164 grammes (2,5 grains) de matières solubles dans l'eau courante, tandis qu'une jeune feuille n'en contient que 0,066 grammes, (1 grain); à surface égale la première contient donc 2½ fois plus de matières organiques solubles que la seconde.

Quant au poids total, la feuille mûre pèse en moyenne 1.4 fois autant qu'une jeune feuille d'égale surface de la même plante. Ce sont surtout la nicotine et les composés de protéines qui augmentent dans la feuille mûre, fait dont chacun peut se rendre compte en comparant la réaction causée par l'acide phosphotungstique dans les sucres des feuilles mûres et des feuilles non mûres. La quantité d'eau contenue dans les feuilles mûres est de 8 pour cent et, dans les jeunes feuilles, de 88 pour cent; cela s'entend des feuilles exemptes d'amidon, après qu'elles ont été maintenues deux jours dans l'obscurité. Quant aux feuilles soignant trop mûres, elles contiennent, comme les jeunes feuilles, relativement plus d'eau et moins de matières organiques que les feuilles mûres. En arrêtant la fonction des grains chlorophylles, qui change peu à peu dans les feuilles trop mûres, on empêche une nouvelle production de matières organiques, au cours de leur disparition.

CONSEILS AUX COMMIS DE MAGASIN

Ne craignez pas un patron strict. Vous n'apprendrez jamais rien d'un patron facile.

N'ayez pas vos talents en trop haute estime. Souvenez-vous que la compétition est une balance juste qui pourra indiquer que les capacités vous font défaut.

Ne rêvez pas en travaillant. Le travail et la rêverie ne vont pas ensemble.

N'agissez pas comme si vous connaissiez tout et votre client, rien du tout.

Ne redoutez pas les dures épreuves; elles constituent la meilleure école.

N'envoyez pas au dehors des paquets mal faits.

Ne refusez pas d'écouter la voix du sens commun.

Ne craignez pas de faire volontiers de petites choses.

N'ayez pas toujours de l'animosité contre votre patron. Il a ses défauts, comme vous avez les vôtres. Personne n'est sans défauts.

Ne pensez pas être au-dessus de votre position, surtout si vous avez de l'instruction.

Ne croyez pas que l'avancement soit dû au favoritisme plutôt qu'au mérite.

Ne vous tenez pas à la porte quand vous n'avez rien à faire. C'est particulièrement gênant pour les passantes.

Familiarisez-vous avec les marchandises nouvelles.

MOYENS POUR TENIR LES VITRINES CLAIRES

Une des questions les plus importantes en hiver, pour les étalages des vitrines de magasins, c'est le moyen d'empêcher les vitres de se couvrir de gelée. D'une manière générale, on peut dire que ces dépôts de gelée sont dus à une inégalité de température de chaque côté des vitres. Le verre étant refroidi par son contact avec l'air extérieur, l'humidité de l'air intérieur plus chaud se condense et se congèle. Il n'y a probablement pas de système absolument efficace dans tous les cas; mais il existe deux moyens principaux d'empêcher les vitres de geler. Dans certains grands magasins, on trouve que le meilleur expédient consiste à tenir les vitrines hermétiquement fermées. Dans ce cas, l'espace compris entre la vitrine extérieure et la vitrine intérieure est traité comme une pièce séparée; la porte qui y donne accès est calfeutrée avec soin de manière à empêcher la moindre circulation d'air à l'intérieur. Tous les appareils de chauffage sont placés à une certaine distance de la vitrine pour que la température de l'air intérieur soit, autant que possible, à peu près la même que celle de l'air extérieur.

Le système le plus communément employé est celui de la ventilation. Il consiste, d'une manière générale, à pratiquer une série d'ouvertures en haut et en bas. Ces ouvertures sont couvertes d'une gaze et permettent à l'air froid de circuler à la surface des vitres. L'objection la plus sérieuse à ce système, c'est la poussière qui peut pénétrer à l'intérieur.

Pour nettoyer les vitres en hiver, il ne faut pas se servir d'eau. Une solu-

tion très faible d'alcool est ce qu'il y a de meilleur à employer. On peut aussi, après un bon nettoyage, appliquer une petite quantité de glycérine à la surface du verre, puis polir avec un morceau de drap souple, jusqu'à ce que le verre soit complètement sec. Ne frottez pas rudement, mais légèrement et vivement, de manière que la glycérine soit bien absorbée. Les vitrines seront ainsi protégées longtemps contre la gelée et le suintage.

LES PREMIERES PIPES EN ECUME DE MER

Un noble Hongrois, qui vivait au commencement du siècle dernier, fatigué d'administrer ses vastes propriétés, en confia le soin à un gérant et partit en vacances dans l'Asie-Mineure. Là il oublia bientôt ses ennuis dans la fièvre que lui causait l'achat de curiosités; parmi les objets qu'il acquit était une masse blanche, de la grosseur d'une très grosse pomme de terre d'Irlande. Cette masse blanche avait été extraite d'un terrain d'alluvion qui en contenait beaucoup d'autres spécimens.

Le noble Hongrois oublia bientôt l'achat qu'il n'avait fait qu'à cause de l'extrême légèreté de la matière. Il n'y pensa qu'en déballant ses curiosités, de retour à son château. C'était un grand fumeur, il avait la manie de collectionner des pi-

pes curieuses; en maniant la matière blanche si volumineuse et cependant si légère, il fut frappé de l'idée que cette substance ferait une pipe unique en son genre. Il la confia à son savetier en lui enjoignant d'y percer deux trous et d'y fixer un tuyau. Mais ce savetier était un homme économe; n'aimant pas à gaspiller une si bonne matière pour une seule pipe, il coupa le bloc en deux et en fit deux pipes, l'une pour son maître, l'autre pour lui-même.

Pendant les quelques semaines suivantes, le savetier, assis sur son banc, posant des chevilles, poissant son fil avec de la cire, eut beaucoup de satisfaction de sa pipe. Un jour il fut très surpris d'apercevoir deux taches brunes brillantes sur le fourneau.

Sa curiosité était aussi marquée que ses habitudes d'économie. Comme il maniait sa pipe, il essayait de découvrir la cause de ces taches. Enfin il s'aperçut que ces taches avaient pris naissance aux endroits où ses doigts tenaient la pipe quand il la retirait de sa bouche. C'était ces deux doigts-là qui tenaient la cire quand il devait en employer. Les particules de cire, qui avaient sans doute été transportées à la surface de la pipe, pouvaient-elles être cause de la belle couleur brillante? Il fallait s'en assurer. Le savetier frotta de cire la surface entière de la pipe et se mit à fumer patiemment. Quelle ne fut pas

sa joie quand il remarqua que toute la pipe prenait une couleur brillante.

Le noble Hongrois fut informé de la découverte; sa pipe, dont heureusement il ne s'était pas encore servi, fut aussi frottée avec de la cire, et prit une couleur brune brillante.

Ce noble, enchanté, proclama aussitôt à ses amis les vertus de sa nouvelle pipe. Ceux-ci à leur tour s'enquirent de la matière dont cette pipe était faite. Ils en obtinrent d'Asie-Mineure, la traitèrent avec de la cire et, longtemps avant que le noble Hongrois et le savetier eussent passé de vie à trépas, l'industrie des pipes en écume de mer s'était développée et prenait de grandes proportions.

POUR FUMER EN AUTOMOBILE

Les automobilistes apprécieront l'introduction sur le marché de deux nouveautés. L'une est un appareil protecteur pour le cigare, ressemblant à un gros dé et perforé de trous; on l'ajuste à l'extrémité allumée du cigare et cet appareil empêche les cendres de voler dans les yeux de l'automobiliste. L'autre nouveauté est une pipe munie d'un couvercle qui ne permet pas au vent de souffler sur les cendres d'avant en arrière. Le couvercle est ajusté sur le fourneau, qui porte des fentes en arrière, de sorte que l'automobiliste n'est nullement incommodé par le vent.

Essayez le nouveau Cigare

Le J. M. Fortier

PUR HAVANE

Fait des meilleurs Tabacs
de la Havane par des Cubains.

J. M. FORTIER Ltée. ✎ Montréal.

UN NOUVEAU RECORD

Un nouveau record a été établi récemment à l'exposition des Brasseurs, à Londres. Il s'agissait d'un concours de fumeurs. Ceux-ci étaient au nombre de quatre-vingt-dix. Les règles du concours étaient simples. Chaque concurrent devait apporter sa pipe qui était examinée avec soin par les juges. Chaque fumeur était fourvu d'une boîte d'allumettes en bois et d'un huitième d'once de tabac de Virginie. Quarante secondes étaient allouées aux fumeurs pour allumer leur pipe. Si une pipe s'éteignait ou si le tabac était consumé, le fumeur devait quitter la salle. Une attitude d'indifférence étudiée était adoptée par les concurrents. Quelques-uns lisaient des journaux, d'autres faisaient attention de ne pas laisser leur pipe s'éteindre. En moins d'une demi-heure, le nombre des fumeurs était réduit de moitié. Au bout d'une heure, il n'en restait que douze; au bout d'une heure et trente-six minutes, il restait deux fumeurs. Quelques minutes plus tard, des applaudissements annonçaient la victoire du gagnant, un jardinier, qui avait tenu sa pipe allumée pendant une heure et cinquante minutes, gagnant ainsi le premier prix, une pendule en marbre.

QUI PAIE LES FRAIS DE PUBLICITE

Avez-vous jamais réfléchi à cela? Qui paie les frais de la publicité faite par les commerçants et les autres hommes d'affaires? Ce n'est pas l'annonceur, car ces frais lui sont remboursés au quadruple, sous forme d'augmentation de profits. Ce n'est pas l'acheteur, car celui-ci achète à meilleur marché chez le marchand qui annonce et il trouve dans son magasin un meilleur assortiment et des marchandises plus fraîches offertes à son choix. Qui alors paie réellement les frais de la publicité? C'est évidemment le marchand qui n'annonce pas.

Une juste proportion de l'argent qu'il perd par son manque d'initiative et d'esprit d'entreprise, prend indirectement le chemin de la caisse de l'imprimeur, qui fait avancer la cause de l'éducation et des intérêts de la communauté. Si vous n'avez jamais envisagé la question à ce point de vue, elle vaut la peine que vous y réfléchissiez. Quand vous arriverez à la seule conclusion logique, vous qui n'annoncez pas, confiez votre cas à un rédacteur d'annonces intelligent, à l'esprit large, pondéré et ayant de l'expérience.

Mettez en stock de bons cigares, si vous voulez satisfaire vos clients. Le nouveau cigare J. M. Fortier, Pur Havane est fait par des cigariers Cubains avec les meilleurs tabacs de la Havane; c'est donc un cigare que vous pouvez offrir aux fumeurs les plus difficiles, en étant assuré de leur donner satisfaction.

LES CAPRICES DES FUMEURS DE PIPES

J'ai remarqué, disait un détaillant, que les fumeurs de pipe ont presque tous coutume de changer de marque de tabac environ tous les deux ans. Cette coutume est, dans nombre de cas, une simple habitude acquise d'une manière curieuse. Les fumeurs qui changent ainsi de marque de tabac déclarent qu'ils sont fatigués de leur ancienne marque. En réalité, quand ce changement a lieu, le tabac n'est plus d'aussi bonne qualité.

Certains manufacturiers avaient l'habitude de lancer un nouveau tabac si bon, qu'il était vendu à perte. Cette manière de faire donnait une vogue énorme à ce genre de tabac; peu à peu et si lentement qu'on ne pouvait s'en apercevoir de quelque temps, le manufacturier commençait à récupérer l'argent perdu en faisant entrer un tabac inférieur dans les paquets de cette nouvelle marque. Beaucoup de fumeurs qui ont ainsi abandonné leur tabac favori ne savent pas pourquoi; la seule raison qu'il en donne, c'est qu'ils en étaient fatigués.

L'INDUSTRIE DU TABAC A MANILLE

Un rapport envoyé au gouvernement des Etats-Unis par son agent à Manille contient des renseignements très instructifs sur l'industrie du tabac dans ce pays, dit Canadian Cigar and Tobacco Journal. Il y a à Manille huit marchands de gros et vingt-sept détaillants de tabac en feuille; les marchands de gros reçoivent leur tabac directement des planteurs des provinces. Le tabac est reçu en balles appelées "bultos", ayant une enveloppe extérieure de feuilles sèches de cocotier et liées avec du rotin sous une haute pression. L'emballage de ce tabac est fait par les indigènes et les Chinois, qui y apportent un soin extrême. Le tabac emballé par les indigènes se distingue par sa supériorité: ses feuilles sont étendues ou arrangées en tresses et les balles sont remarquées pour leur solidité. Les Chinois ne prennent pas autant de soin, aussi leurs balles sont-elles un tiers et quelquefois moitié plus légères que celles des indigènes, bien que leurs dimensions soient les mêmes.

Manière dont sont faits les achats

L'achat des qualités supérieures de ce tabac se fait quelquefois d'après le nombre de feuilles de grandeur uniforme, mais d'habitude d'après le poids; les qualités inférieures sont achetées quelquefois d'après l'uniformité des dimensions des balles, que le tabac ait été emballé par les indigènes ou par les Chinois. Le tabac emballé dans les provinces est généralement à moitié séché, il conserve un peu d'humidité pour cette raison et aussi parce que plus il

est gardé longtemps, plus son arôme se développe et sa valeur augmente, les marchands le gardent en magasin dans leurs bodegas pendant de longues périodes de temps. Sur les balles on peut voir diverses marques indiquant la province où le tabac a été acheté, la catégorie et quelquefois le poids et les marques de commerce de la maison qui l'a en mains, toutes marques indiquées sur la facture d'expédition. Le poids moyen de ces balles varie de 1 quintal à 2 1-2 quintaux.

Le Chinois astucieux

Dans cette industrie, comme dans beaucoup d'autres où les Chinois sont intéressés, on a recours à de nombreux artifices; les plus en faveur auprès des marchands au détail consistent à enlever le tabac du milieu d'une balle et à le remplacer par du tabac de qualité inférieure, ou bien à retirer deux feuilles ou plus de chaque balle et à faire le poids avec des feuilles sèches de cocotier pliées avec celles de l'enveloppe extérieure. Dans certains cas, on rend ces supercheries impossibles en faisant ouvrir la balle, en examinant chaque feuille et en refusant toutes les feuilles douteuses ou brisées. Dans ces cas-là, toutefois, le Chinois compense cette vigilance de l'acheteur en plaçant les feuilles refusées au centre d'une autre balle qu'il passe à un acheteur qui ne se donne pas la peine de l'examiner. Ces marchands peuvent faire de belles affaires et retirer un profit de 7 à 12 pour cent, non compris celui que leur procurent leurs supercheries.

Propriété des manufactures

Sur cinquante-huit manufactures établies dans la ville de Manille, quatorze sont la propriété d'Européens, une appartient à un nègre, vingt-quatre à des indigènes et dix-neuf à des Chinois. A l'exception d'un seul manufacturier qui fait uniquement le commerce d'exportation, tous les autres fabriquent et vendent des cigares pour la consommation locale en outre de ce que quelques-uns d'entre eux exportent. Tous les cigares faits dans ces manufactures le sont de feuilles de tabac des Philippines.

Qualité et catégorie de feuilles

La feuille la plus employée, surtout pour les cigares de qualité supérieure, est celle qui provient des provinces de Cagayan et Isabella; ce sont celles de première catégorie, tandis que la feuille la plus employée pour les cigares de qualité moyenne est la feuille de seconde et de troisième catégorie des provinces de Cagayan et Isabella; enfin, pour les cigares inférieurs, on emploie quelquefois un mélange de tabac de quatrième catégorie des provinces de Cagayan et Isabella et de tabac provenant d'autres provinces. La valeur des cigares varie naturellement suivant la catégorie de ta-

bac employé, la perfection du travail ; le prix des cigares de première qualité varie de 50 à 250 pesos par mille ; celui des cigares de deuxième catégorie varie de 20 à 50 pesos le mille et, pour la troisième catégorie, le prix varie de 10 à 20 pesos. Certains manufacturiers prétendent que deux récoltes ne donnent jamais la même qualité, qu'une récolte seulement sur quatre produit une qualité supérieure et que la qualité du tabac a décliné dans ces dernières années. Toutefois, malgré tous ces inconvénients, il y a toujours une excellente demande pour ce tabac.

Robes et intérieurs des cigares

La proportion de tabac employé pour les robes et les intérieurs varie avec chaque catégorie.

Pour la qualité supérieure, les robes figurent pour 8 à 12 cent ; pour la qualité suivante, 12 à 20 pour cent et, dans certaines manufactures, cette proportion atteint 25 pour cent. Ces robes sont formées de toute espèce de tabac de première qualité. L'intérieur des cigares de cette catégorie figure pour 60 à 70 pour cent. Les robes de seconde catégorie représentent en moyenne 15 à 20 pour cent et les intérieurs de 35 à 45 pour cent. Les robes de troisième catégorie ont une moyenne de 10 pour cent et les intérieurs environ 15 pour cent. C'est avec ces deux dernières catégories de ta-

bac que sont faits la plupart des cigares inférieurs. Dans nombre de cas, le tabac de quatrième catégorie est mélangé avec d'autre tabac, d'habitude du Londrès et du Nueva Habana de qualité inférieure ; ce tabac n'entre que dans les manufactures les moins importantes

Ce que deviennent les déchets

Les déchets d'une manufacture de cigares, c'est-à-dire les nervures des feuilles, sont à peu près de 22 pour cent ; les rognures de tabac des grandes manufactures sont vendues pour être exportées à Hong Kong et Shanghai ou à des fabricants de cigarettes, toujours prêts à les acheter. Dans les petites manufactures, ces rognures sont brisées et employées de nouveau. Les nervures de tabac sont vendues à des Chinois pour une somme insignifiante ; beaucoup de manufactures ne sont que trop heureuses de s'en débarrasser pour rien. Les Chinois emploient ces nervures à la fabrication d'un liquide pour polir les meubles et le marbre ; pour cela, ils brûlent ces nervures dans un four spécial et placent les cendres dans de grands filtres en terre. Ils y ajoutent une certaine quantité d'eau, qui, au sortir des filtres, tombe dans des barils, est placée dans des bouilloires, où elle bout lentement pendant un jour ou deux, après quoi elle est considérée comme bonne à employer. On la met dans

des bidons à pétrole et on la vend à raison de 2 pesos le bidon.

Particularités des manufactures

Manille ne possède pas une seule machine à fabriquer les cigares. Tous sont faits à la main, ce qui donne de l'emploi à des milliers d'ouvriers, tant hommes que femmes ; leur âge varie de dix à soixante ans. Les manufacturiers ne sont pas tous d'accord sur le sexe qui donne le plus de satisfaction pour la fabrication des cigares ; toutefois la préférence est pour le sexe masculin. La durée de la journée de travail est de dix à douze heures ; si les employés doivent travailler le dimanche ou un jour de fête, la paye est doublée. Les cigariers sont divisés en plusieurs classes, suivant leur travail : l'écotage qui est toujours fait à la main, la taille des robes d'une grandeur uniforme et leur mise en pile. On peut voir une section d'ouvriers avec des piles de feuilles de tabac devant eux, de la dimension d'un peso d'argent, rouler des cigares, pendant que d'autres les enveloppent d'étain, les placent dans des boîtes, collent des étiquettes, etc. Ces ouvriers sont payés aux pièces. Un bon cigarier, peut faire de 100 à 150 cigares de première qualité par jour, de 150 à 300 cigares de qualité inférieure par jour, et un cigarier d'une habileté exceptionnelle peut en faire 350 par jour. Mais ces habiles ouvriers sont rares. Les cigariers

LES CIGARES

EMPORIUM A 10c.

— ET —

MONT PELEE A 5c.

Font leur chemin dans les meilleurs Hôtels et Restaurants. Les Tabacconistes soucieux de leurs intérêts les ont en stock.

Pourquoi ne tiendriez vous pas les deux Meilleurs Cigares pour le Prix? . . .

The Emporium Cigar Co.,
ST-HYACINTHE, QUE.

TELEPHONE BELL MAIN 4581



L. N. HADD, 115 Rue St-François-Xavier
MONTREAL.

sont payés de 5 à 18 pesos par mille. La plupart des petites manufactures ne tiennent qu'un faible stock de tabac à cause d'un ver qui attaque le cigare. Les manufactures se procurent leurs boîtes sur place ou les importent; une seule possède une machine pour leur fabrication. Toutes les boîtes sont achetées aux Chinois, qui les font à la main et les vendent de 14 à 18 pesos le mille.

ANCIENNES LOIS DRACONIENNES CONTRE LE TABAC

Autrefois, il était coutume de prendre les mesures les plus draconiennes contre tout ce qui ne recevait pas immédiatement la faveur du public. Le journal "Tobacco" des Etats-Unis donne les détails suivants sur les lois du temps jadis.

Sous le règne de Jacques Ier, l'usage du tabac s'étant répandu universellement parmi les gens du commun, le célèbre "Counterblast of Tobacco" fut publié pour combattre une coutume "odieuse nuisible au cerveau, dangereuse pour les poumons et, par les vapeurs nauséabondes qui en résultent, ressemblant à l'horrible fumée infernale de l'abîme sans fond".

Le même monarque, Jacques Ier, propose comme bouquet à offrir au diable, une longe de porc, une tête de lingue avec de la moutarde, et une pipe de tabac pour la digestion.

Il s'efforça d'abolir l'usage du tabac par de fortes pénalités et décréta qu'aucun planteur de Virginie ne pourrait en cultiver plus de cent livres; mais l'avantage que le revenu du roi tirait de l'exportation du tabac fit abolir cette restriction.

Avant l'époque du roi Jacques, pendant le règne d'Elisabeth, un édit fut rendu contre l'usage du tabac "de crainte que les Anglais ne devinssent semblables aux barbares dont cette coutume provenait". Il existe encore en Grande-Bretagne une restriction à la culture du tabac, sauf dans un jardin d'université ou dans un jardin privé où cette culture est faite dans un but de médecine ou de chirurgie, auquel cas la grandeur du terrain alloué pour cette culture est de deux verges trois-quarts.

Ce n'est pas seulement en Angleterre que la guerre fut déclarée au tabac, quand cette feuille fut mise à la portée des paysans. En 1590, le shah Abbas prohiba son usage en Perse et, plutôt que de renoncer au tabac, ses sujets s'enfuirent dans les montagnes. Le pape Urbain VII excommuniait tous les priseurs qui commettaient le grave péché de priser dans l'église. En 1653, tous les fumeurs du canton d'Appenzell furent cités devant le concile et punis.

Vers la même époque, il fut défendu

aux paysans russes de fumer sous peine d'avoir le nez coupé et Amurah VII édicta la peine de mort contre les fumeurs. L'animosité du gouvernement russe contre le tabac était si grande qu'un tribunal fut constitué pour punir les fumeurs; ce tribunal continua d'exister jusque vers le milieu du dix-huitième siècle. A Constantinople, tout Turc convaincu d'avoir fumé, avait le nez transpercé d'une pipe et, assis sur un âne, la face tournée vers la queue, il était conduit par les rues de la ville et tourné ainsi en ridicule.

L'ETUDE DU CARACTERE DES FUMEURS

Certains hommes, doués d'un esprit pénétrant d'observation, ont prétendu depuis longtemps pouvoir juger le caractère d'un fumeur avec une correction absolue par la manière dont il tient son cigare.

Toutefois, c'est un psychologue européen qui, récemment, a réduit ces observations à un système.

On prétend qu'en suivant les règles formulées pour cette étude, on peut découvrir plus facilement que de toute autre manière le caractère d'un étranger qui fume un cigare. Un homme peut avoir le sourire stéréotypé sur les lèvres et être un scélérat; mais quand il allume un cigare, il se démasque pour l'homme qui s'est livré à l'étude en question.

Voici les résultats des observations et déductions de ce psychologue; nous les donnons pour ce qu'elles valent, dit "Tobacco":

"Les hommes minutieux, après avoir allumé un cigare, le tiennent non seulement entre leurs lèvres, mais aussi avec deux, trois, quatre ou même cinq doigts de la main gauche; après avoir fumé un moment, ils éloignent leur cigare de la bouche et examinent avec soin le bout allumé pour voir si tout est en bon ordre, spécialement si le tabac brûle d'une manière constante et uniforme. Les hommes qui agissent ainsi ne parlent jamais inutilement et sont généralement subtils et prudents. D'ordinaire ils sont dignes de confiance, ce qu'on ne peut pas dire de ceux qui renvoient la fumée par les deux coins de la bouche en deux jets divergents; ceux-là sont des excentriques auxquels on ne peut se fier.

"Les hommes au caractère prompt ou à l'esprit actif touchent à peine de leurs dents l'extrémité du cigare et, après avoir tiré deux ou trois bouffées, ils tiennent leur cigare à la main. Ils agissent de la même manière pour d'autres choses, c'est-à-dire qu'ils font tout à bâtons rompus et il leur est impossible de suivre longtemps un but déterminé.

"D'autre part, les hommes distraits laissent souvent leur cigare s'éteindre. Ils sont pourtant admirables quand on les

compare à ceux qui ont le malheur de mettre à tout instant l'extrémité allumée du cigare dans leur bouche. Une telle étourderie indique à l'évidence une légèreté de caractère.

"Un cigare dirigé en l'air est une preuve infaillible d'un caractère énergique et impatient. Au contraire, un cigare tenu dans la direction opposée, c'est-à-dire incliné vers le menton, indique la mélancolie et l'habitude de rêver dans le jour. Un cigare constamment tenu dans une position horizontale est un signe de sang-froid, d'indifférence et souvent le manque de scrupules et de caractère.

"Un vieux fumeur tient son cigare fermement dans sa bouche, ce que ne fait pas un débutant".

L'HABITUDE DE L'ECONOMIE

L'habitude de l'économie est plus importante que la somme économisée, surtout au début. Ceux qui prennent continuellement la résolution de commencer quelque jour à économiser, à leur convenance, font rarement des économies. Ceux au contraire qui ont l'habitude d'économiser régulièrement, trouvent qu'il est possible de le faire même dans les conditions les moins favorables. Les plus petites sommes mises de côté d'une manière systématique forment à la fin un montant surprenant.

Certains ouvriers, sans jamais être dans l'opulence, ne sont jamais sans argent ou sans le support moral que donne un petit capital de réserve. Ces hommes ont acquis l'habitude d'économiser et trouvent facile de la conserver, comme toute autre habitude. L'homme qui reçoit le plus faible salaire dans un magasin ou un bureau est souvent celui qui possède le plus d'argent à la banque, dans cette catégorie de travailleurs. D'autres, beaucoup mieux outillés pour faire des économies, ne savent jamais ce que c'est que de pouvoir disposer d'un dollar le jour de la paye. Ceux-ci, bien que capables et vigoureux, devraient envisager la possibilité pour eux de perdre de bonnes occasions de gagner de l'argent par manque de fonds, la certitude de la vieillesse ou de la mort.

Pour cette catégorie d'individus, il y a peu à espérer, à moins qu'ils ne reconnaissent leur erreur et qu'ils ne la corrigent, bien que le fait qu'ils sont parfois prévoyants, laisse place à l'espoir. Ceux qui ne se soucient pas d'économiser ou ne veulent pas le faire jusqu'à ce que cette action soit devenue facile, peuvent acquérir de la sagesse en matière financière par suite d'un besoin soudain, imposant le sacrifice de l'indépendance ou du respect d'eux-mêmes, par la nécessité de refu-

ser l'aide d'un ami, ou même encore par un regret plus cuisant d'avoir dépensé et gaspillé si légèrement de l'argent.

Quant à la foule nombreuse de ceux qui ne réfléchissent pas, qui, ayant toujours l'idée de mettre quelque chose de côté dans quelque temps, reculent ce temps de plus en plus loin dans l'avenir, pour ces hommes il n'y a qu'une règle sûre à suivre :

Commencez aujourd'hui—non pas la semaine prochaine, ni demain—et mettez de côté quelque chose sur chaque paye. L'habitude, une fois prise, sera trouvée inappréciable sous de nombreux rapports; une réduction de salaire correspondante établirait la possibilité de vivre sans la somme mise de côté, à cause de la promesse sage de le faire. L'épargne résultante peut faire toute la différence entre le confort et la gêne, les dettes et la libération, la prospérité et l'insuccès, au moment où on s'attend le moins à avoir une preuve de sa valeur.

AVANTAGES DE LA PUBLICITE DANS LES JOURNAUX COMMERCIAUX

[Par F. F. Coleman, dans *Selling Magazine*.]

J'eus dernièrement à résoudre un problème dont la solution fit ressortir d'une manière étrange la force particulière de la publicité faite dans les journaux commerciaux.

Il s'agissait d'annoncer un procédé et une ligne de machinerie pour la production de briquettes combustibles. Quand j'entreprends l'exploitation d'une ligne quelconque de produits, je me fixe trois règles générales : 1. connaître ce que j'ai à vendre ; 2. connaître le genre de personnes qui devraient acheter ; 3. savoir dans quelles parties du pays, les articles pourraient être employés ou vendus avantageusement.

Conformément à ce plan, je commençai à prendre des informations dans notre bureau, demandant des renseignements sur le procédé et la machinerie à l'inventeur qui est en même temps l'ingénieur chargé de son dessin, de sa construction et de sa vente.

Estimation de la demande probable

Ayant ainsi pris tous les renseignements voulus, j'en vins à la conclusion que, sur la vaste population de l'Amérique du Nord, il n'y avait peut-être pas plus d'un millier de personnes qui pourraient prendre un intérêt actif à l'achat d'une telle machinerie et à l'installation d'usines pour sa mise en opération ; j'en conclus aussi que l'établissement de telles usines aurait probablement lieu dans les districts où il y avait une forte demande pour le com-

bustible, mais assez éloignés eux-mêmes des districts producteurs de charbon pour porter à \$3 la tonne le prix de vente en gros de bon charbon pour l'usage domestique ou pour la production de la valeur.

Les personnes qui pouvaient être intéressées activement étaient, selon toute probabilité, les forts marchands de charbon, les opérateurs de fours à coke, les fabricants de gaz faisant le gaz au moyen de la houille et les forts consommateurs de combustible en général.

Les districts qui, dans mon opinion, demanderaient le plus la construction de ces usines, comprenaient la côte de l'Atlantique, depuis l'état de New-York jusqu'à et y compris tout le Canada, l'intérieur de l'état de New-York et toute la Nouvelle-Angleterre. Un second district comprenait le pays à l'ouest du Mississippi jusqu'aux Montagnes-Rocheuses et la contrée de lignite dans le nord-ouest.

Maintenant la question était de savoir comment atteindre les quelques districts choisis dans le vaste territoire indiqué, sans dépense indue ni gaspillage d'argent.

Le choix des intermédiaires de publicité

Je me livrai à un procédé d'enquête et d'élimination. Je mis immédiatement de côté la presse générale. S'en servir ce serait faire comme un chasseur qui, voulant tuer des alouettes, pointerait son fusil vers le ciel et tirerait ; il faudrait trop de munitions.

Je m'occupai ensuite de chacun des journaux commerciaux qui s'adressaient directement à la classe d'acheteurs indiquée. Après en avoir éliminé deux comme ayant une circulation trop générale, il s'en trouva moins d'une demi-douzaine sur ma liste, que je jugeai les meilleurs pour le but que je me proposais. J'invitai alors ces journaux à m'envoyer leurs représentants.

Je leur posai les questions suivantes : "Quelle est votre circulation ?" "Quelle portion de cette circulation atteint les classes de personnes (je nommais ces classes) qui achèteraient une machinerie pour la fabrication des briquettes ?" "Quelle est la distribution géographique de votre circulation parmi ces classes ?"

Ici je m'écarterai de mon sujet pour dire que j'ai rarement eu de difficulté à obtenir des réponses convenables à ces questions d'un représentant d'un journal digne d'être considéré comme un bon médium de publicité par un annonceur bien informé. J'ai trouvé parfois que des éditeurs n'avaient pas analysé suffisamment leur circulation pour faire des réponses appropriées. Dans ces cas-là, je leur conseillais de faire cette analyse, le résultat aurait

autant de valeur pour établir leur circulation que pour les annonceurs.

Pour justifier cette demande de renseignements, je me base sur ce principe qu'un annonceur qui songe à faire de la publicité dans un journal a le droit de demander le même genre de renseignements que ceux qu'il serait obligé de fournir pour vendre ses marchandises.

S'il s'agissait d'une pièce de notre machinerie, nous nous attendrions à des questions sur son modèle, la matière dont elle est faite, son poids, sa qualité de travail et sa capacité et à être tenus strictement responsables de l'exactitude de nos réponses. En d'autres termes, quand nous faisons une transaction pour un espace d'annonce dans un journal nous avons le droit de savoir ce que nous achetons aussi exactement que si nous achetions de la machinerie ou tout autre article.

Les réponses à mes questions me convainquirent que je pouvais, grâce à ces publications, couvrir les districts et atteindre les catégories de personnes en question.

Distribution géographique des circulations

Un de ces journaux me démontra qu'il atteignait 75 pour cent des gros marchands de charbon et manufacturiers et un bon pourcentage des forts consommateurs du district de l'est ou de l'Atlantique ; un autre me prouva qu'il occupait une position similaire par rapport au Canada, à la Nouvelle-Angleterre, à l'état de New-York et au territoire situé à l'ouest de Chicago. Le troisième journal choisi avait une circulation s'étendant à toute la contrée ; il avait comme abonnés à peu près tous les industriels intéressés à la fabrication du gaz, ainsi que de nombreuses compagnies d'éclairage électrique, toutes faisant une grande consommation de combustible.

Ayant choisi ces trois journaux, je fis avec eux des contrats pour des espaces d'annonces de bonnes dimensions. C'est encore une autre partie de ma théorie sur la publicité que cela vaut la peine d'employer des espaces assez grands pour faire des annonces qui produisent leur effet.

Bien que les espaces employés fussent amples et que les journaux avec lesquels les contrats furent faits fussent de la plus haute catégorie dans leur genre, le soin avec lequel ils furent choisis rendait le coût total parfaitement raisonnable. En réalité cette dépense était une bagatelle en comparaison de ce qu'elle aurait pu être, si je n'avais pas agi avec circonspection et si je m'étais servi de tous les journaux qui circulaient dans le territoire dont j'avais à m'occuper.

Réponses aux annonces dans les 24 heures

Il me fut immédiatement démontré que ce territoire était couvert par mes journaux et que ceux-ci étaient parvenus aux personnes que je recherchais. Des demandes de renseignements commencèrent à m'arriver vingt-quatre heures après la publication de la première annonce. Depuis, ces demandes ont continué à arriver d'une manière constante. Elles proviennent de la catégorie de gens qui convient et auront sans doute pour résultat des ordres dans une proportion aussi forte que celle à laquelle on pouvait s'attendre, étant donné le capital considérable exigé pour l'installation et le fonctionnement d'une usine à fabriquer des briquettes combustibles.

Dans toutes mes annonces, je m'efforce d'insérer une matière préparée avec soin. Toutefois c'est un genre d'annonces qui est tout à fait différent des réclames ordinaires. Je ne soulève jamais aucune question quant à leur emploi en faisant mes contrats d'annonces. En fait, je ne demande jamais de réclame gratuite et je n'en accepterais pas comme offre pour m'engager à annoncer.

Publicité dans les pages de texte des journaux commerciaux

J'insiste sur le fait que rien de ce qui est imprimé n'a de valeur pour l'annonceur, à moins que cela n'intéresse le lecteur et, si quelque chose est sujet à intéresser les lecteurs, un éditeur compétent et indépendant le fera imprimer quelle que soit sa provenance. D'autre part, si un article offert ne doit pas intéresser les lecteurs, un bon éditeur, qui n'est pas contrôlé mal à propos par le bureau administratif, devrait refuser de le faire imprimer, quand même cet article viendrait d'un annonceur important. Ceci étant donné, je me fais une règle de choisir pour mes articles-réclames des sujets ayant de la valeur comme nouvelles et de faire ressortir ces nouvelles. C'est pour cette raison que les éditeurs de publications commerciales font toujours bon accueil à mes articles.

Cette particularité de la valeur des journaux commerciaux au point de vue publicité et la manière convenable de s'assurer les avantages qu'elle procure, sont relativement peu compris des annonceurs. Autrement, toute maison importante aurait à son emploi un écrivain expert et un homme employé à la publicité générale pour s'occuper de ce genre de travail. Un emploi plus répandu de tels hommes serait d'une grande valeur tant pour l'annonceur que pour les journaux commerciaux. Les opérations d'une maison importante, présentées de la bonne manière, con-

tribueraient grandement à la rédaction des véritables nouvelles de son commerce, les maisons, les journaux et le commerce en général bénéficieraient de la publication de ces nouvelles.

Aujourd'hui, par le manque d'écrivains compétents attachés aux maisons de commerce, l'obtention des informations mêmes dont profiteraient le plus le manufacturier, est actuellement l'entreprise la plus difficile pour un éditeur entreprenant.

J'ai connu de nombreux cas où des membres du personnel de la rédaction de journaux commerciaux ont dû faire des voyages longs et dispendieux pour obtenir de telles informations, et ce qu'ils pouvaient obtenir de mieux, c'était de belles promesses de photographies et de données, lesquelles n'étaient pas d'une grande importance.

L'ESCOMPTE DES CHEQUES

Il est avantageux d'être toujours accommodant, mais il y a des moments où il est bon de considérer d'abord lequel de deux intérêts en conflit il faut servir le premier. La commodité de nos clients et de nos associés en affaires ne devrait pas souffrir sérieusement du fait que nous nous rendons aux requêtes multiples d'étrangers ou même de personnes de connaissance, dont nous pouvons très bien connaître la situation commerciale, mais qui ne sont pas des clients dans toute l'acceptation donnée à ce mot.

Les magasins de campagne, en particulier où il y a peu de facilités pour les opérations de banque, ou même où il n'y en a pas du tout, sont sujets à être assaillis des requêtes de personnes qui demandent à faire escompter leurs chèques. Quand on connaît bien la responsabilité de toutes les parties, il peut n'y avoir à cela aucune objection, tant que le marchand ne laisse pas baisser sa monnaie disponible assez pour gêner ses propres transactions avec ses clients; une telle manière de faire non seulement lui causerait de l'inconvénient, mais priverait ses clients d'une commodité à laquelle ils ont droit de préférence à un étranger.

Il se peut que vous attendiez bientôt d'autres fonds, soit d'un débiteur, soit même de la banque. Ce n'est pas une raison suffisante: attendez que ces fonds soient arrivés. Leur envoi peut être retardé, et ce n'est pas dans l'attente des événements que se font les affaires. Si le détenteur du chèque veut bien attendre que les fonds soient arrivés, vous pouvez alors le lui escompter, sans inconvénient; sinon, laissez-le s'adresser ailleurs. Vous devez vous occuper d'abord des personnes qui viennent faire des achats et

être accommodant pour elles en premier lieu.

Etablissez comme règle, et n'y dérogez pas, de ne pas escompter de chèques quand cette transaction fait descendre vos fonds disponibles au-dessous d'un point fixé, que votre expérience en affaires vous a indiqué comme une marge à ne pas dépasser. Quelques marchands fixent ce point à une certaine somme, d'autres à un certain pourcentage de la moyenne d'affaires faites la semaine précédente.

Un marchand dans un petit village disait à l'auteur de cet article qu'il n'osait jamais rester avec moins de cinquante dollars dans sa caisse. Ce chiffre serait ridiculement bas pour certains marchands: pour d'autres, il pourrait représenter le montant des affaires faites au comptant pendant plusieurs jours. Il est impossible d'établir une règle fixe pour tous les marchands; chacun devrait se fixer sa propre règle d'après la connaissance personnelle qu'il a acquise de son commerce, et ne pas dévier de cette règle.

L'EXAGERATION DANS LES ANNONCES

L'exagération dans les annonces agit comme la morphine. Les premières petites doses donnent des résultats agréables. On en reprend encore, mais on s'aperçoit qu'il faut employer une dose un peu plus forte. La fois suivante, il faut une dose encore plus forte pour produire l'effet désiré et ainsi de suite, jusqu'à ce que la limite soit atteinte. On ne peut plus prendre de morphine; l'exagération ne peut pas être poussée plus loin—la victime de la morphine est une ruine, les clients du marchand sont arrivés à ne plus ajouter aucune foi à ses dires et vont ailleurs.

C'est toujours le marchand et non le client qui est la dernière victime d'une publicité malhonnête.

La maison Jos. Côté, de Québec, a maintenant 20 années d'existence, c'est-à-dire 20 années de succès dans le commerce des tabacs, cigares et articles pour fumeurs.

M. Jos. Côté est le plus fort importateur et marchand de tabacs de la cité de Québec. Les tabacconistes trouvent chez lui, dans les meilleures conditions de prix, les tabacs des meilleures qualités de toutes les provenances. Il a cet avantage de pouvoir offrir aux détaillants dans cette ligne de commerce, tous les articles qu'ils peuvent vendre et de pouvoir monter un magasin complet à un débutant.

Nous devons dire à la louange de la maison Jos. Côté, qu'une fois qu'un tabacconiste est devenu son client, il reste son client pour l'avenir. N'est-ce pas la meilleure preuve que la maison Jos. Côté donne la plus entière satisfaction à sa clientèle? C'est d'ailleurs ce qui a fait le succès et la fortune de la maison Jos. Côté auprès des tabacconistes.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA		En drums, 1 lb....		Tabacs Ogden	
Cigarettes.		Par mille		La lb.	
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00	Virginity — drums, 1 lb....	1.25	Beeswing —	
Pet, 1/10....	12.00	Unique —		Tins décorées, 1s	1.10
Sweet Caporal, en boîtes de 10....	8.50	Pqts, 1/15s, boîtes 5 lbs..65	1/2 lb. tins, 4 lb. cartoons. . . .	1.15
Athlete, boîtes de 10 ou pqts 10s	8.50	Pqts, 1 lb, boîtes 5 lbs..61	1/4 lb. tins, 4 lb. cartoons . . .	1.18
Old Judge, en boîtes de 10s.. . . .	8.50	Pqts, 1/2 lb., boîtes 5 lbs..60	1-8 pcks. 1 lb. cartoons	1.18
Majestic, 20s.. . . .	8.25	Lord Stanley — tins, 1/2 lb.. . . .	1.05	1-16 pcks. 1 lb. cartoons. . . .	1.25
New Light, [tout tabac] 10s.. . . .	8.50	Hand Cut Virginia — tins, 1/4 lb..	1.00	Ogden's Navy Mixture —	
Sub Rosa [tout tabac]	8.50	Duke's Mixture —		1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.	1.26
Derby en pqts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55	Pqts, 1/10 lb, cartoons 2 lb.. . .	.82	Turret Navy Cut —	
Old Gold, 6 1/2 (600) 3.78; 1/10s.. . .	6.30	Perique Mixture —		1/4 lb. tins, 5 lb. cartoons.	
Prince, 7, [700] 4.02; 10s.. . . .	5.75	En tins, 1 lb. et 1/2 lb....	1.15	Mild	1.36
Sweet Sixteen, pqts, 7s, 4.02; 10s.	5.75	Athlete Smoking Mixture —		Medium	1.22
Murad, Turques, bouts en papier	12.00	1/2 and 1/4 lb. tins....	1.35	Full	1.22
Mogul, Turques, bouts en papier	12.00	Pure Perique —		1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
Mogul Magnums, bouts en papier.	16.00	1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.	1.75	Mild	1.40
Dardanelles [Turques] bouts en papier 12.25, en liège ou argent.	12.50	St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins & 1/10 sacs....	1.20	Medium	1.26
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00	P. X X X —		Full	1.26
Yildiz Magnums, Bouts en papier, en liège ou en or, 10s. et 100s.	20.00	1 lb. tins....	.95	1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
Virginia Brights, bte de 600, 3.50 .	6.33	1/2 lb. tins....	1.00	Mild	1.50
High Admiral, 10s....	7.00	1/5 tins....	1.00	Medium	1.32
Gloria, 7s [700] 4.02; 10s.. . . .	5.75	Handy Cut Plug —		Full	1.32
Guinea Gold.. . . .	12.00	1/5 pouches, 5 lbs boxes.90	Tabacs américains à fumer	La lb
Otto de Rose, 10s.. . . .	12.50	1/2 lb. jars..90	Pride of Virginia —	
Tabacs à cigarettes.	La lb.	Old Virginia —		1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons .	1.36
B. C. No 1, pqts, 1/12, btes 5 lbs..	1.00	1 lb. tins....	.78	Old English Curve Cut —	
Puritan, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.. . .	1.00	1/2 lb. tins....	.80	1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons.	1.35
Athlete, boîtes ou paquets, 1/12s, boîtes 5 lbs....	.90	1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes....	.72	Bull Durham —	
Derby, en tins, 1/4s....	.95	1 lb. & 1/2 lb. pcks, 5 lb. boxes..	.72	1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb. cartoons.. . . .	1.25
Vanity Fair, pqts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.20	Morning Dew Flake Cut —		A. T. C. Navy Cut —	
Sultana, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.. . .	1.00	1-10 pcks, 5 lb. boxes..82	1-5 lb. tins, 2 lb. cartoons....	1.32
" 1/2 & 1 lb, pqts, btes 5 lbs.. . .	.96	1-6 tins....	1.00	[Mild Medium or Full Strength]	
Gloria, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.. . .	1.00	1/2 lb. tins....	.94	Duke's Mixture —	
Southern Straight Cut, paquets, 1/12s, btes 5 lbs....	.85	1-5 bags....	.88	1-10 bags, 5 lbs. cartoons . . .	1.08
Old Judge, pqts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.45	Blue Star —		Richmond Gem Curly Cut —	
Sweet Caporal, pqts 1/13s, btes 2 lbs....	1.15	1-12 pcks, 5 lb. boxes.83	1-8 pcks., 5 lbs. cartoons	1.43
Houde's Straight Cut No 1, pqts, 1/12s, boîtes 5 lbs....	1.00	Favorite — 1/2 lb. tins....	.69	1-4 pcks., 2 lbs. cartoons	1.60
Dufferin, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00	Champaign Cut Plug —		Veteran —	
Le Caporal, pqts, 1/12s, btes 5 lbs	1.00	1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80	1-6 pcks., 5 lb. cartoons....	1.05
Harem [Turque], pqts, 1/16s, btes 5 lbs....	1.35	1-5 tins....	1.00	Honest —	
Kiosk [Turque], paquets, 1/16.. . .	1.92	1/2 lb. tins....	.96	1-10 pcks., 5 lb. cartoons....	1.15
Tabacs coupés à fumer.		Khaki —		Ivanhoe —	
Old Chum —	La lb.	1-5 tins....	1.00	1-10 pcks., 5 lb. cartoons....	1.15
En tins, 1/6s....	1.00	1/2 lb. tins....	.96	Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —	
En tins, 1/2 lb....	.85	1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80	1 lb. pcks., 5 lb. drums	1.22
En tins, 1 lb....	.85	Red Star —		Tabacs américains à chiquer plugs	
Pqts, 1/10s, btes 5 lbs....	.85	1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.83	Battle Ax — 12 lbs caddies86
En sacs, 1/5s, btes 5 lbs..97	Sweet Bouquet —		Piper Heidsieck—10 lbs caddies	1.20
Puritan Cut Plug —		1/4 lb. tins....	1.36	Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.	1.15
Pqts, 1/11s, boîtes 5 lbs..85	1/2 lb. tins....	1.25	Horseshoe — 12 lbs. caddies . .	.86
En tins, 1/2 et 1/4 lbs.85	Maryland —		THE EMPIRE TOBACCO COMPANY	
En tins, 1/5s....	.93	1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.78	Tabacs à chiquer.	
En tins, 1 lb..83	1/4 lb. tins....	.78	Bobs, 6s, cads 20 lbs., 1/2 cads 12 lbs.	45
Full Dress —		Gold Star —		Bobs, 12s, butts, 24 lbs, 1/2 butts, 12 lbs.	45
En tins, 1/5 et 1/2 lbs..95	1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80	Bobs, 10 oz. bars, 6 1/2 cuts to lb, 1/2 butts, 10 lbs.	45
Meerscham —		M. P. [Perique Mixture].		Currency, 12 oz. bars, 12 cuts to lb, butts, 24 lbs, 1/2 butts, 12 lbs.	46
Pqts, 1/10s, btes 5 lbs..82	1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes.. .	.88	Currency Navy, 2 x 4, 6 1/2 to lb, 1/2 butts, 11 lbs.	46
En tins, 1/2 lb....	.84	Houde's Celebrated Mixture —		Currency Navy, 12 to lb, 1/2 cads, 12 lbs.	46
En sacs 1/5 btes 5 lbs92	1-8 tins....	1.35	Old Fox, 12s, butts 24 lbs, 1/2 butts 12 lbs.	48
Ritchie's Smoking Mixture.		Gold Crest Mixture —		Pay Roll, 10 1/2 oz. bars, 5 cuts to the bar, 7 1/2 cuts to lb, butts 20 lbs.	56
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs..80	1/4 & 1/2 lb. tins....	1.35	Pay Roll, 2 x 3, 7 to lb, 22 lbs. cads & 12 lbs 1/2 cads.	56
En tins, 1/4 lb..95	Gold Dust —		Pay Roll, 6 1/2 oz. bars, [thin]. 7 1/2 spaces to the lb. boxes, 5 lbs..	56
Ritchie's Cut Plug —		1-10 bags, 5 lb. boxes....	.88	Stag,	45
Pqts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs..	.71	1-12 bags, 5 lb. boxes....	.90	Moose, 14 1/2 oz. Bars, 5 cuts to bar, 5 1/2 cuts to lb., 1/2 butts, 8 lbs.	40
Cut Cavendish —		A. T. C. Mixture à fumer —		Tabacs à fumer.	
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs..80	En tins, 1/4 lb.	1.40	Empire, 3s., 5s., 10s.	36
Durham —		En tins, 1-8 lb.	1.45	Rosebud, 11 1/2 oz. bars, 7 cuts to lb butts, 20 lbs., boxes, 5 lbs. . . .	51
En sacs, 1/12s, btes 5 lbs.. . . .	1.00	Social Mixture			
En sacs, 1/6s, btes 5 lbs.. . . .	1.00	Pqts 1-10 btes 5 lbs75		
		En tins, 1-2 lb.75		
		Seal of North Carolina —			
		En tins de 1 et 1/2 lbs....	1.05		
		En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs....	1.05		
		1/12, 1/8 & 1/4s, pqts, btes 5 lbs	.95		
		Old Gold —			
		1/12s et 1/8s, pqts, btes 5 lbs..	.95		
		En tins, 1/8s....	1.05		
		Pqts, 1/4s, btes 6 lbs.95		
		En jars, 1 lb....	1.05		

Amber, 8s, and 3s....	60
Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 17 lbs, butts..	50
Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 8 1-2 lbs. 1-2 Butts	50
Hudson, 8s cads, 20 lbs.	53
Pacific, 8s cads, 20 lbs.	53
Starlight, 1 1/2 x 4, 7s, 8 1/2 lbs., 1/2 butts	50

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares	Le mille
Three Little Champions for 5c.	1/5.... 12.50
Côté's Fine Cheroots.	1/10.... 15.00
Quebec Queen.	1/20.... 15.00
V. H. C.....	1/20.... 25.00
My Best.....	1/20.... 25.00
Doctor Faust.....	1/20.... 28.00
Doctor Faust	1/40.... 30.00
St-Louis [union].....	1/20.... 33.00
Martin [union].....	1/20.... 35.00
Havana Seconds	1/20.... 35.00

Champlain	1/20.... 85.00
V. C. [Union].....	1/20.... 36.00
Martha [union].....	1/20.... 55.00
El Sergeant Premium	1/40.... 55.00
El Sergeant R. V. C.	1/10.... \$60.00
J.C. Cl. Havane, Puritanos 1/20....	75.00

Tabacs Canadiens en feuilles

Balles de 25 et 50 lbs.

Connecticut B. 25 et 50	1905	0.14	0.15
Grand Havane B 25 et 50	1902	0.14	0.15
Parfum d'Italie A.	1905	0.30	0.32
Petit Canadien	1904	0.25	0.27
Petite Plug 1-6	1905	0.10	0.12
Quesnel A.	25	1905	0.35 0.37
Quesnel A. M.	1905	0.35	0.38
Rôle No 40, 1-4	1905	0.32	0.34
Rouge A.	1905	0.20	0.22
Rouge G.	1900	0.18	0.20
Rouge Quesnel A.	1904	0.25	0.27

Spanish	1904	0.16	0.18
Spread Leaf	1905	0.15	0.16
S. Nouveau	1905	0.15	0.17
Petit Havane		0.20	0.22
S. Vieux	1904-1905	0.18	0.20

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs..	48
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs.	48
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs.	65
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs.	60
Quesnel, 1/2, quantité à volonté..	60
Côté's choice mixture, 1/4 tin..	75
Côté's choice mixture, 1/2 tin..	70
Côté's choice mixture, 1 lb..	65
Tabac en poudre: Rose, 32 cts.;	
Rose et Fève, 36 cts.; Fève, 34 cts.;	
Rose Extra, 38 cts.; Râpé, \$1.25; Macca-	
ba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 34 cts.	

L'ASSOCIATION IDEALE

Qu'est-ce qui constitue une association idéale? Est-ce le nombre? Nous ne le pensons pas. Une association nombreuse ne possède pas toujours de la force. Quelquefois une association composée seulement d'une poignée d'hommes arrive à de meilleurs résultats qu'une association soeur plus nombreuse. Est-ce la puissance financière? Pas toujours. Nous connaissons une association qui a dans sa caisse plus de cent mille dollars et qui est loin d'être une association idéale. La force numérique et les ressources pécuniaires sont deux éléments qui aident à produire des conditions idéales, mais il faut autre chose.

L'association idéale est celle qui, grâce à son organisation, est puissante, produit des résultats, où règne l'unité, où tous les membres font preuve d'une activité progressive, où les dignitaires ont des capacités. Une grande armée sans un général habile serait sujette à un désastre là où une petite armée bien commandée remporterait un succès.

L'association idéale sera celle qui fera une impression indélébile sur la communauté où elle est établie; elle fera sa marque et sera puissante. Pour que l'idéal soit rendu possible, il faut, nous le répétons, qu'il y ait de l'unité, l'unité engendre la force. Rien de ce qui concerne l'organisation ne doit être négligé. Les membres de l'association doivent être instruits de tout ce qui y a trait. Ces leçons doivent être enseignées patiemment. Il ne faut pas exiger trop au début. Il faut donner à la semence le temps de germer.

Cela vaut la peine de travailler pour des choses qu'il vaut la peine de posséder. Il doit régner dans l'association cet esprit qui consiste à donner pour recevoir. Des membres idéaux produi-

60 YEARS' EXPERIENCE

PATENTS

TRADE MARKS
DESIGNS
COPYRIGHTS &C.

Anyone sending a sketch and description may quickly ascertain our opinion free whether an invention is probably patentable. Communications strictly confidential. HANDBOOK on Patents sent free. Oldest agency for securing patents. Patents taken through Munn & Co. receive special notice, without charge, in the

Scientific American.

A handsomely illustrated weekly. Largest circulation of any scientific journal. Terms, \$3 a year; four months, \$1. Sold by all newsdealers.

MUNN & Co. 361 Broadway, New York
Branch Office, 625 F St., Washington, D. C.

sent des dignitaires idéaux. Des dignitaires et des membres idéaux produiront une association idéale. L'esprit social et commercial des membres doit être cultivé; cela produit un développement naturel de force et d'aptitudes pour travailler suivant un but idéal. L'association idéale ne sera pas obtenue sans dépense de temps et d'argent. Trop souvent nous recherchons des conditions idéales et nous ne voulons pas employer les moyens nécessaires pour cela. Une association idéale devrait avoir un soutien généreux. L'association n'essaiera pas seulement d'obtenir des résultats, elle en produira. Si une association se cache dans une petite ruelle obscure ou au septième étage d'une maison, cela n'aidera pas à la production de résultats idéaux. Placez-vous au premier plan. Dépensez quelque argent en loyer et en ameublement de bureau. Que la salle des assemblées soit confortable; rendez les réunions intéressantes. Voilà quelques-unes des choses qui aideront à atteindre l'idéal. L'idéal, en fait d'association est éloigné de nous; mais

nous pouvons nous en rapprocher. Les membres apprennent ce qu'est la loyauté, une des principales nécessités. Chaque victoire remportée nous rapproche du but. Luttons tous pour l'idéal, quand même nous ne l'atteindrions jamais. L'effort fait donnera des résultats importants.

METHODES MODERNES EN AFFAIRES

Aujourd'hui la base du succès en affaires est la confiance. Si un établissement ne développe pas ce sentiment parmi les personnes qui l'achalandent, son sort est irrévocablement fixé. Si au contraire il possède leur confiance, son succès est assuré. Nous avons été témoin, dit un de nos confrères, d'un exemple particulier des méthodes employées pour atteindre ce but, méthodes qui ont tant contribué au succès des magasins à départements. Une personne ayant acheté un article dans un magasin s'aperçut, rendue chez elle, que l'article était trop petit. Elle le rapporta au magasin pour l'échanger contre un autre, dont le prix se trouva être moindre. L'échange fut fait et la différence entre les deux prix remise à l'acheteuse.

Celle-ci, bien entendu, fut surprise et ce traitement libéral provoqua son admiration pour l'établissement tout entier.

Cet exemple semble être la limite que l'on puisse atteindre quand il s'agit de "rendre l'argent", mais il illustre une vérité importante dans les ventes. Quand un acheteur se rend compte que son achat ne l'oblige pas à un choix irrévocable, il devient un ami permanent de l'établissement.

Si un homme réfléchi ne peut pas trouver quelque satisfaction dans son commerce, il ferait mieux de se chercher quelque autre occupation.



1887 & 1907

20 Ans de Progrès et de Succès
dans le Commerce

& EN FAVEUR DE LA MAISON &

JOS. COTÉ

*Le plus Grand Importateur
et Marchand de Tabac*

DE LA VILLE DE QUEBEC.



Bureau et Salle d'Echantillons : = 186-188 Rue St-Paul

Entrepot : = = = = 119 Rue St-André

PHONE 1272.



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumé.

"LANCET."

MONTREAL

VOL. VI



MARS 1907

No 3

LIQUEURS ET TABAGS

LIQUORS & TOBACCOS

Si vous voulez plaire à
vos clients offrez leur
le FAMEUX CIGARE

“DIXIE”

Manufacturé par
MILLER & LOCKWELL
QUEBEC.

MAISON
ÉTABLIE en 1827

LA MARQUE
La plus ANCIENNE



BUREAUX à MONTREAL : - - 41, rue des Communes

BUREAUX à WINNIPEG : - - Bâtisse Union Bank

HENRY O. WOOTTEN, = = Gérant-Général au Canada



LIQUEURS ET TABACS — *Revue Mensuelle* publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2517, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance. France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur **un avis par écrit**, adressé au **bureau même** du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit : **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.

Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, MARS 1907

No 3

ASSEMBLEE
GENERALE
MENSUELLE

DE

L'Association des
COMMERÇANTS LICENCIÉS

de Vins et de Liqueurs

De la Cité de Montréal,

MERCREDI
6 MARS 1907

A 3 hrs p.m. très précises.

— AU —

Monument National

GENERAL
MONTHLY
MEETING

— OF THE —

LICENSED VICTUALLERS'
ASSOCIATION




OF MONTREAL,

WEDNESDAY
6th of March, 1907

At 3 p. m. sharp.

— IN THE —

Monument National


 Association des Com-
 merçants Licenciés
 de Vins et de Li-
 queurs de la Cité
 de Montréal : : :

 Incorporée en Juin 1884.


VICTOR LEMAY
Président.
L. A. LAPOINTE
Secrétaire.

DIRECTEURS :
H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARITEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES.
LAWRENCE A. WILSON
L. ETHIER, A. BLONDIN.

Prés. Hon.



JAS. MCCARREY
Vice-Prés.
VICTOR BOUGIE
Trésorier.

AVISEURS :

Maire H. A. ETERS,
M. MARTIN M. P.
Ech. C. ROBILLARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE,
Ex-Maire
J. M. WILSON,
J. M. FORTIER,

Licensed Victuallers'
 Association of
 Montreal : : : :

Incorporated June, 1884.

Aiseur Légal : M. J. L. PERRON,
 Auditeurs : F. A. CHAGNON et DAN. DAIGNEAULT.

TELEPHONES : { Bell Main 4187,
 Des Marchands 621

Bureau : 66 Rue St-Jacques.

Assemblée Générale

MONTREAL, le 1er MARS 1907.

MONSIEUR,—L'Assemblée Générale Mensuelle
 des Membres de l'Association aura lieu mercredi, le 6
 mars 1907, à trois heures p. m., très précises au
 Monument National, No 296, Boulevard St-
 Laurent, Chambre No 6.

Vous êtes respectueusement prié d'y assister.

Par ordre, LE SECRÉTAIRE.

AUX MEMBRES

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que,
 jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons
 d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association
 pour l'année 1907, à savoir :

VINS ET LIQUEURS—WINES & LIQUORS

MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited.
 " F. X. St. Charles & Cie.
 " Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd.
 " F. A. Arpin & Cie, Marieville
 " Meagher Bros. & Co.
 " D. Masson & Cie.

COMPTABLES-ACCOUNTANTS

MM. Alex. Desmarteau.
 " F. X. Bilodeau.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction
 d'exiger le paiement des contributions de 1907
 et des arrérages dûs à l'Association. En consé-
 quence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés
 d'en faire parvenir le montant au Secrétaire
 aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,
 Votre obéissant serviteur,
 L. A. LAPOINTE.

General Meeting

MONTREAL, MARCH 1st, 1907.

SIR.—The General Monthly Meeting of the
 Association will be held on Wednesday the 6th of
 March, 1907, at 3 p.m. sharp, in the Monument Na-
 tional, No. 296 St. Lawrence Boulevard, Room No. 6.

You are respectfully requested to attend.

By order, THE SECRETARY.

TO MEMBERS

Sirs,—I have the honor to inform you that up to
 date the following Business Firms and affiliated
 members are in good standing with the Association.
 for the year 1907, viz :

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

MM. Médéric Martin.
 " W. R. Webster & Co. (Sherbrooke).
 " L. O. Grothé & Cie.

DIVERS — MISCELLANEOUS

MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
 " Edouard Biron, Notaire Public.
 " Otto Zepf, Mch. de Bouchons.
 " Cousineau, Raymond & Hall, Agts. d'Imm.
 " Siméon Beaudin, Marchand, Valleyfield.

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

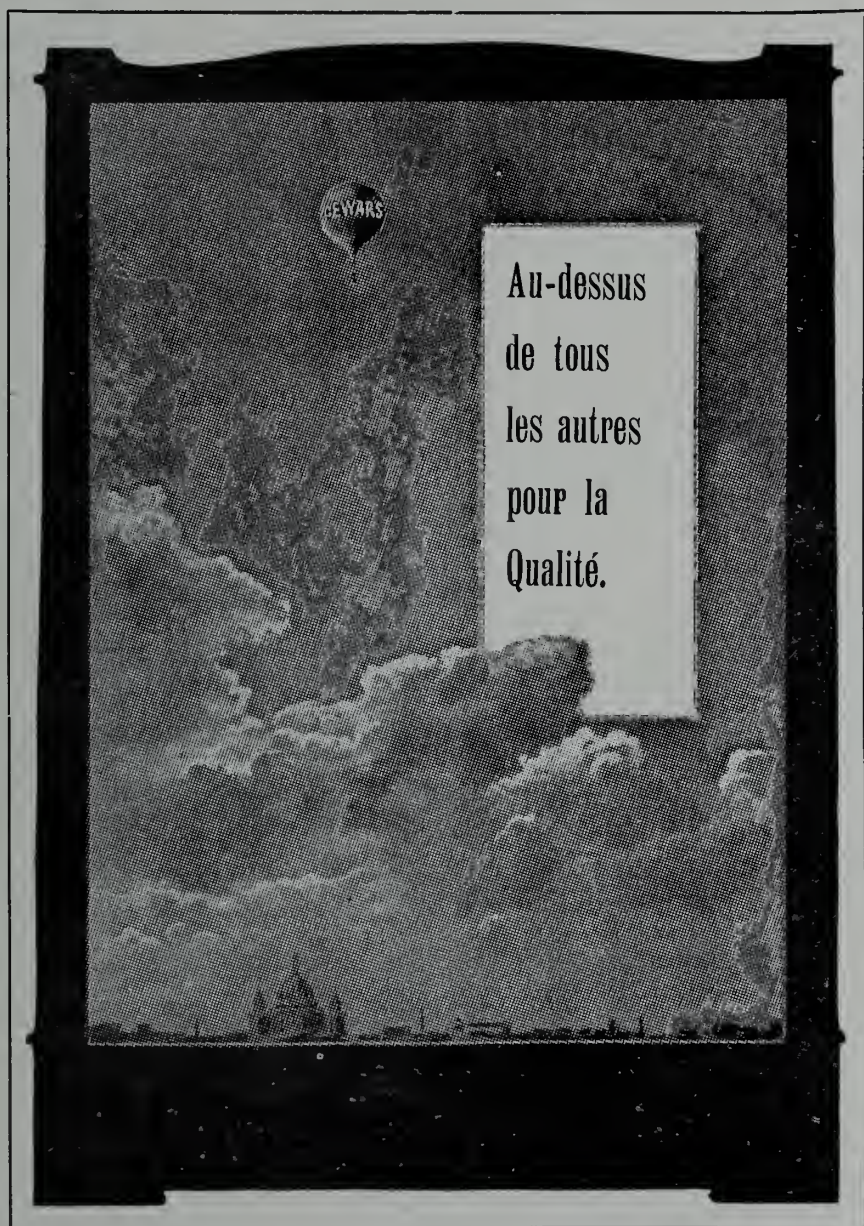
FEES ARE NOW DUE

I have received instruction from the Board of
 directors to collect the fees of 1907 and arrears
 due to the Association. Consequently those who
 have not yet paid are requested to send in the
 amount to the Secretary, as soon as possible.

I have the honor to be, Sir,
 Yours truly,
 L. A. LAPOINTE.

DEWAR'S

Le Whisky de Haute Réputation.



DEWAR'S

Le Whisky de Haute Réputation.

ASSEMBLEE GENERALE MENSUELLE
DE L'ASSOCIATION DES COMMER-
CANTS LICENCIES DE VINS
ET LIQUEURS DE LA
CITE DE MONTREAL

L'assemblée générale mensuelle de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal, a eu lieu au Monument National, le 6 février, sous la présidence de M. James McCarrey, vice-président, en l'absence de M. Victor Lemay, président.

Etaient présents: MM. Eug. Masse, Jos. Bariteau, Victor Bougie, Elie Chapdelaine, L. J. Primeau, Patrick Scullion, Jos. Roch, Jos. Gosselin, C. Gauthier, Omer Pouliot, N. Tremblay, S. E. Crawford, D. Raymond, Ernest Trudeau, Nap. Pouliot, Zs. Aubut, C. Montbleau, Eustache Ménard, C. Labelle, A. Blondin, Gédéon Lebel, W. Roy, et le secrétaire.

Le compte rendu de la dernière séance et le rapport mensuel du trésorier furent lus et adoptés.

Les amendements à la loi des licences soumis et demandés par l'Association de Québec, et les fournisseurs en gros de Montréal, sont discutés et approuvés unanimement. Ils concernent les transferts de licences et le droit des municipalités de faire fermer les hôtels et restaurants à certaines heures du soir.

A ce sujet il est résolu unanimement d'autoriser le secrétaire à représenter l'Association de Montréal et à conférer avec celles de Québec, St-Henri, etc., au sujet de tout amendement à la loi des licences ou législation quelconque qui pourrait être présenté à la Chambre législative de Québec, durant la présente session et de les supporter ou les combattre suivant le cas.

MM. P. Scullion et E. Ménard exposent devant l'assemblée la question que les brasseurs et embouteilleurs se sont combinés au sujet du prix de la bière et du porter à la douzaine et de la capacité des bouteilles, et ceci au détriment des détaillants, tant hôteliers qu'épiciers.

Après discussion, l'assemblée fut unanime à donner instruction au secrétaire de protester, au nom de l'Association, contre cet état de choses, mettant les brasseurs et embouteilleurs en demeure d'avoir à mettre fin à cette combinaison, sinon, l'Association prendra les mesures nécessaires que la loi met à leur disposition, afin de protéger ses membres; le secrétaire est autorisé à conférer avec l'Association des Epiciers à ce sujet.

Les noms des personnes admises comme membres de l'Association depuis la dernière assemblée sont soumis et lus.

Et l'assemblée s'ajourne.

Parlez-en à vos fournisseurs afin qu'ils se rendent compte de l'efficacité de sa publicité.

GENERAL MONTHLY MEETING OF
THE LICENSED VICTUALLERS'
ASSOCIATION OF MONTREAL.

The Montreal Licensed Victuallers' Association had their general and monthly meeting on February 6th 1907, at the Monument National. The president, M. Victor Lemay, being absent, Mr. James McCarrey, vice-president took the chair.

Were present: Messrs. Eug. Masse, Jos. Bariteau, Victor Bougie, Elie Chapdelaine, L. J. Primeau, Patrick Scullion, Jos. Roch, Jos. Gosselin, C. Gauthier, Omer Pouliot, N. Tremblay, S. E. Crawford, D. Raymond, Ernest Trudeau, Nap. Pouliot, Zs. Aubut, C. Montbleau, Eustache Ménard, C. Labelle, A. Blondin, Gédéon Lebel, W. Roy, and the secretary.

The minutes of the last meeting and the monthly report of the treasurer were read and accepted.

The amendments to the license law submitted and asked by the Quebec Association and the wholesale trade of Montreal, were fully discussed and unanimously adopted. They relate to the transfers of licenses and the right for municipalities to have the hotels and restaurants closed at certain hours in the evening.

In reference to this question it was unanimously resolved to empower the secretary to represent the Montreal Association and confer with that of Quebec, St. Henry, etc., in relation to any amendment to the license law or any legislation which can come before the Legislative Assembly at Quebec, during the present session and to either support or approve them.

Messrs. P. Scullion and E. Ménard represented to the meeting that the brewers and bottlers have organized a combine in relation with the price of beer and porter by the dozen, and with the capacity of the bottles to the great disadvantage of the hotelkeepers as well as of the grocers.

The subject having been discussed, it was unanimously resolved to authorize the secretary to protest this scheme and to intimate to the brewers and bottlers to put an end to that combine, if not, the Association shall take the necessary means provided by the law to ensure protection to its members and, to that end, the secretary is authorized to confer with the grocers' Association on that question.

The following persons were admitted members of the Association:

Laurence & Bélanger, hotelkeepers, 47 Craig St. West; E. F. Sharkey, hotelkeeper, 120 St. James; Jodoin, Maloney & Laurence, Ltd. wines and liquors, 246 St. Paul; Raymond, Cousineau & Hall, real estate agents, 68 St. James; Mrs. D. Bougeant, hotelkeeper, 32 St. Lawrence; D. Raymond, hotelkeeper, 468 DeMontigny East; O. Martel, hotelkeeper, 1450 Ste Catherine East; O. Perrault, hotelkeeper,

198 Duluth; Rochon & Bousquet, hotelkeepers, 1022 St. Catherine East; Wilfrid Laurin, hotelkeeper, 509 St. Lawrence; Arthur Hétu, hotelkeeper, corner Boyer and Bélanger, Amherst Park; F. Manelli, hotelkeeper, 20-22 Ontario East; John Howard, hotelkeeper, 14 Victoria St; Mrs. Jos. Parker, hotelkeeper, 53½-117 St. Antoine; L. Ernest Ouimet, hotelkeeper, 620 St. Catherine East; L. C. Laberge, hotelkeeper, Iberville, P.Q.; Albert Lapalme, hotelkeeper, 491 Craig East; Chas. J. Kelly, hotelkeeper, 94 Center St.; Gust. Blain, hotelkeeper, 667 Ontario St., East.

And the meeting was adjourned.

ASSEMBLEE DU BUREAU DE DIRECTION
DE L'ASSOCIATION DES
COMMERÇANTS LICENCIES DE
VINS ET LIQUEURS DE LA CITE
DE MONTREAL.

Assemblée du 30 janvier 1907

Une assemblée du Bureau de Direction de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal, a eu lieu le 30 janvier 1907, sous la présidence de M. Victor Lemay.

Etaient présents: MM. James McCarrey, Victor Bougie, Eugène Masse, Nazaire Gauthier, Nap. Tremblay, A. J. Ayotte, H. A. Dansereau, Joseph Bariteau et le secrétaire.

Le compte rendu de la dernière assemblée est lu et approuvé.

Les correspondances suivantes sont soumises et lues

De Liqueurs et Tabacs *re* discontinuation des arrangements;

M. M. James M. Power, secrétaire de l'Association des Hôteliers d'Halifax, *re* loi des licences, etc., etc.

De Nap. P. Bissonnette, secrétaire de l'Association des Hôteliers de la ville de Québec *re* Amendements à la Loi des licences et règlement et requête au sujet de la fermeture des hôtels à 7 heures.

De Narcisse Lord *re* Amendements et contributions;

De A. Blondin *re* Transfert de licence;

De J. P. Maranda *re* Changement de commerce;

De D. Larose et Reinhardt & Co. *re* contribution.

Il est proposé par M. Victor Bougie, secondé par M. Nazaire Gauthier, que les personnes suivantes soient admises membres de l'Association:

Laurence & Bélanger, hôteliers, 47 rue Craig Ouest; E. F. Sharkey, hôtelier, 120 rue Saint-Jacques; Jodoin, Maloney & Laurence, Limited., vins et liqueurs 246 rue Saint-Paul; Cousineau, Raymond & Hall, agents d'immeubles, 68 rue Saint-Jacques; Dame D. Bougeant, hôtelière, 32 rue St-Laurent; D. Raymond, hôtelier, 468 rue DeMontigny Est; O. Martel, hôtelier, 1450 rue Ste-Catherine Est; O. Perrault, hôtelier, 198 rue

Jules Robin & Cie

COGNAC



LE

COGNAC

Jules Robin & Cie,

a été le leader sur le marché
canadien pendant au-delà d'un
demi-siècle et entend conser-
ver sa position

En vente chez tous les principaux
Négociants en Vins.

JOHN HOPE & CO.,

Agents pour le Canada,

Duluth; Rochon & Bousquet, hôteliers, 1022 rue Ste-Catherine Est; Wilfrid Laurin, hôtelier, 509 rue St-Laurent; Arthur Hétu, hôtelier, coin Boyer et Bélanger, Parc Amherst; F. Manelli, hôtelier, 20-22 rue Ontario Est; John Howard, hôtelier, 14 rue Victoria; Mme Jos. Parker, hôtelière, 53½-117 rue St-Antoine; L. Ernest Ouimet, hôtelier, 620 rue Ste-Catherine Est; L. C. Laberge, hôtelier, Iberville, P.Q.; Albert Lapalme, hôtelier, 491 rue Craig Est; Chas. J. Kelly, hôtelier, 94 rue Centre; Gust. Blain, hôtelier, 667 rue Ontario Est.

Il est résolu unanimement de rayer de la liste des membres les noms suivants:

Pour cause de décès: S. Arbour, Louis Payette, Jos. Parker, L. Cherquière, Mme Thos. O'Halloran.

Ayant vendu leur établissement: Jos. Bourgeois, A. Beauvais, Ed. Bolté, jr.; C. H. Bernard, J. G. Brosseau, John Blackburn, Mme Jos. Clément, John Costello, Nap. Cusson, Alp. Corbeil, Chas. P. Dumas, Daoust & Leroux, Jos. Delisle, A. Daigneault, Abraham Dubois, A. H. Goulet, Albert Gohier, Eug. Gagnon, Chas. Gagnon, J. P. Gingras, Mortimer Hushion, Ludger Hevey, Mme P. J. Kennedy, Jos. Lemieux, Louis Labelle, Patrick Lloyd, C. H. Lowery, Wilfrid Ménard, Elie J. Moineau, J. J. Martin, D. M. McCormick, O'Keefe & Burgess, Geo. Pepin, Prézeau & Bouthillier, E. Pariseault, Jos. Pitre, Antoine Pigeon, J. B. Richer, Mme Alp. Racine, L. St-Louis, Isaïe Samson, Alfred Trudel, Frank Upton, G. E. William.

Ayant résigné: Rosaire Prieur, A. J. H. St-Denis, Wilfrid Mercier, A. Robitaille & Cie.

Ayant cessé de faire des affaires: Jos. Tassé, J. E. Vézina, North American Cigar Co.; E. E. Fontaine, Philias Monette.

Il est résolu unanimement de substituer le nom de L. Langevin à celui de A. A. Gingras, D. Gauthier à Gauthier et Laurin, J. E. Truesdell à Joseph Lespérance, N. Laporte à Laporte et Marin, Tremblay et Leduc à Tremblay et Chartran.

Plusieurs comptes sont soumis et acceptés.

Il est proposé par M. Jos Bariteau, secondé par M. Eugène Masse et résolu unanimement:

De voter à M. Victor Lemay, président de l'Association, la somme de \$200 pour l'exercice de 1906, et la même somme de \$200 pour l'exercice de 1907, à titre de contingents pour l'indemniser et le rembourser de certaines dépenses que lui occasionne sa position de président.

Il est proposé par M. Eugène Masse, secondé par M. Nazaire Gauthier, et résolu unanimement:

De voter la somme de \$100 à M. Victor Bougie afin de l'aider à se rembourser des dépenses qui lui sont occasionnées en faisant la propagande de nouveaux

membres et la perception des arrérages, et ce, pour l'exercice de 1906.

Il est résolu unanimement d'autoriser le secrétaire à représenter l'association et à conférer avec les associations de St-Henri, Québec, etc., etc., au sujet de tout amendement à la loi des licences ou législation quelconque qui pourrait être présentée à la Chambre Législative de Québec, à la présente session.

Et l'assemblée est ajournée.

* * *

Assemblée du 25 février 1907

Une assemblée du Bureau de Direction de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal, a eu lieu le 25 février 1907, sous la présidence de M. Victor Lemay.

Etaient présents: MM. Jas. McCarrey, V. Bougie, Naz. Gauthier, Nap. Tremblay, H. A. Dansereau, Eug. Masse, A. J. Ayotte, Jos. Bariteau et le secrétaire.

Les correspondances suivantes sont soumises et lues:

De MM. F. X. St-Charles & Cie, J. Eug. Carter, L. R. Bessette et S. Beaudin *re* Contributions;

De la Montreal L. H. & P. Co., *re* Meter.

De la Succession Masson *re* Loyer;

De Louis Larivée *re* Exposition de Jarmstown;

De Jos. Dupré, de St-Ours, *re* Loi des licences de Québec.

Il est proposé par M. Victor Bougie, secondé par M. Naz. Gauthier, que les personnes suivantes soient admises membres de l'Association:

MM. Adélard Décarie, hôtelier, 3739 Notre-Dame; Arthur Décarie, hôtelier, 2007 St-Jacques; François Longtin, hôtelier, 3619 rue Notre-Dame; Z. Bourdeau, hôtelier, 3487 Notre-Dame; E. Rousseau, hôtelier, 3403 Notre-Dame; Xavier Brisebois, hôtelier, 49 rue Ste-Émilie; R. Renaud, hôtelier, 1625 St-Jacques; Montpetit et Gibeault, hôteliers, 3361 Notre-Dame; N. Leroux, hôtelier, 1709 St-Jacques; F. A. Carpentier, hôtelier, 1979 St-Jacques; Louis St-Germain, hôtelier, 138 Ste-Marguerite; Joseph Boyer, hôtelier, 2341 St-Jacques; D. Marcotte, hôtelier, 2217 St-Jacques; A. Pinsonneault, hôtelier, 259 Ste-Marguerite; V. Brault, hôtelier, 1738 St-Jacques; E. Lecours, hôtelier, 1972 St-Jacques; Julien Martineau, hôtelier, 3171 Notre-Dame; W. Cadieux, hôtelier, 54 Napoléon; David Champagne, hôtelier, 222 Richelieu; O. Séguin, hôtelier, 1451 St-Jacques; A. Côté et St-Jean, hôteliers, 173a Atwater; F. X. St-Jean, hôtelier, 122 Vinet; F. X. Brazeau, hôtelier, 3204 Notre-Dame; Auguste Trudeau, hôtelier, 3317 Notre-Dame; Maurice Durrasq, hôtelier, 3164 Notre-Dame; Joseph Ritchot, hôtelier, 3057 Notre-Dame; L. Dansereau, hôtelier, 28 Napoléon; F. X. Paquette, hôtelier, 131a Atwater; Wm Landry, hôtelier, St-Guillaume, P.Q.; Jos. Goderre, hôtelier, 27 Craig Est.

Adouté unanimement.

Résolu de rayer la somme de trois dollars sur la contribution de M. Alfred Ritchot, pour l'année 1906.

Il est résolu unanimement d'inviter spécialement tous les membres de l'Association à assister à l'assemblée mensuelle du 6 mars prochain, à laquelle seront discutées la question des trusts des brasseurs et celle des moyens à prendre pour les combattre.

Il est proposé par M. Naz. Gauthier, secondé par M. Eug. Masse que le bureau de direction soit délégué à Québec pour conférer avec l'Association de Québec au sujet de la loi des licences, et spécialement du projet d'amendements à ladite loi soumis par le gouvernement, à la présente session.

Puis l'assemblée s'ajourne.

AMENDEMENTS A LA LOI DES LICENCES

Une délégation de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal s'est rendue à Québec pour conférer avec le gouvernement au sujet des amendements à la loi des licences. La délégation se composait de MM. V. Lemay, président; J. McCarrey, vice-président; Naz. Gauthier, Jos. Bariteau, E. Masse, A. J. Ayotte et L. A. Lapointe, secrétaire.

Dans une conférence qu'a eue la délégation avec le contrôleur provincial, M. Brosnan, les amendements à la loi des licences ont été discutés. Ces amendements seront sous peu soumis à l'Assemblée Législative et la conférence qui vient d'avoir lieu avait pour objet de discuter les points intéressant le commerce des liqueurs.

La clause concernant l'emploi des servantes de bars a été acceptée comme étant d'accord avec le sentiment du public; cette réforme est d'ailleurs demandée par le gouvernement et, de toutes façons, elle semble devoir passer en Chambre. L'amendement à ce sujet se lit comme suit:

Il est interdit d'employer aucune personne du sexe féminin en qualité de servante de bar, dans tout bar de taverne, hôtel, marchand de vin ou restaurant licencié en vertu de la loi. Cette interdiction ne s'applique pas aux femmes des propriétaires de tavernes ou restaurants.

La délégation s'est d'autant moins opposée à cette clause qu'elle a, au moins à Montréal, l'approbation du public en général et qu'elle a été indiquée comme désirable par le Chef de Police et les Commissaires de licences.

D'autres modifications à la loi des licences comprennent:

Une augmentation des licences de distillateurs qui seraient portées de \$250 à \$1,500 et les licences des brasseurs au lieu de \$200, seraient fixées à \$700.

Facsimilé, grandeur naturelle, de la nouvelle ETIQUETTE, qu'avec l'autorisation du Gouvernement de la République, emploient les industriels qui constituent

"L'UNION DES FABRICANTS DE TABACS ET CIGARES DE L'ILE DE CUBA"

REPUBLICA DE CUBA • REPUBLICA DE CUBA • U.T.C. • REPUBLICA DE CUBA • REPUBLICA DE CUBA

CUBA

LA UNION DE FABRICANTES DE TABACOS Y CIGARROS
DE LA
ISLA DE CUBA

Autorizada por el Gobierno de la República

GARANTIZA
que los tabacos cigarros y paquetes
de picadura que lleven esta precinta
son fabricados por

HABANA

REPUBLICA DE CUBA • LA PROPIEDAD ARTISTICA E INDUSTRIAL ESTA REGISTRADA EN TODOS LOS PAISES • REPUBLICA DE CUBA

La vignette ci-dessus, est un facsimilé, grandeur naturelle, de la nouvelle ETIQUETTE, qu'avec l'autorisation du Gouvernement de la République, emploient les industrie's qui constituent la société : **"Union des Fabricants de Tabacs et Cigares de l'île de Cuba,"** comme preuve de la provenance des tabacs, cigares et paquets de choix fabriqués à CUBA.

Les consommateurs de ces produits, qui désirent se procurer ceux qui se fabriquent à CUBA, avec de la véritable **"FEUILLE CUBAINE,"** ne devront pas acheter d'autres tabacs, cigares, et paquets de choix, que ceux qui portent sur leur enveloppe l'ETIQUETTE ou le sceau de garantie, de **"l'Union des Fabricants de Tabacs et Cigares de l'île de Cuba,"** laquelle poursuivra, d'après la loi, ceux qui falsifient ou imitent, ou par tout autre moyen essayent de rendre inefficace la garantie qu'elle accorde.

COULEURS DE L'ETIQUETTE. — Elle est gravée en noir sur fond bleu pâle. Le facsimilé du sceau de la Présidence de la République est en bleu ciel.

Dans l'espace qui paraît non employé sur l'ETIQUETTE, est porté le nom du fabricant qui en fait usage.

BISQUIT

"Old Liqueur"

(20 ANS D'AGE)

— ET —

"Une Etoile"

BRANDY DE PUR RAISIN

Méfiez-vous des Substitutions.

Exportés par

Bisquit, Dubouché & Co.,

JARNAC — COGNAC

ETABLIS EN 1819.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

WALTER R. WONHAM & SONS,

MONTREAL:



Dans quelques villes et villages, les licences seraient également augmentées; le nombre des licences ayant été diminué, il en est résulté une perte de revenu pour le gouvernement. En conséquence, il est pourvu que là où plusieurs licences étaient autrefois émises à \$185 ou environ, si les autorités de la ville n'émettent qu'une licence, le coût en sera de \$1,000; si elles en émettent deux, le coût de chacune sera de \$650; si elles en émettent trois, le coût de chacune sera de \$450 et si elles en émettent quatre ou davantage, le coût sera de \$350 pour chacune d'elles.

Une échelle similaire est fixée pour les villages où pour une seule licence, on paiera \$300; pour deux, \$200 chacune, et pour trois ou davantage, \$150 chacune.

Comme on s'est plaint que les clubs vendaient des liqueurs aux mineurs, une clause des amendements rendra illégale, dans les clubs la vente de boissons enivrantes à des personnes âgées de moins de vingt-et-un ans. Cette clause ne s'applique pas aux restaurants pour lesquels le minimum d'âge reste fixé à dix-huit ans.

LE COMMERCE DES LIQUEURS EN GROS

Amendement à la loi des licences

Une délégation de négociants en vins et liqueurs en gros s'est rendue à Québec, auprès du Premier Ministre, en vue d'obtenir une légère modification à la loi des licences. La délégation se composait de MM. Albert Hébert, de Hudon, Hébert et Cie, Ltée; L. E. Geoffrion, de L. Chaput, Fils et Cie; L. A. Wilson, de Lawrence A. Wilson Co., Ltd.; L. A. Lapointe, secrétaire de l'Association des Commerçants Licenciés en Vins et Liqueurs de Montréal et J. A. Beaudry, secrétaire de l'Association des Marchands-Détailleurs du Canada.

La loi oblige les licenciés pour la vente en gros à ne pas vendre une quantité moindre de deux gallons d'une même liqueur, ou du moins c'est l'interprétation qui a été donnée au paragraphe 10 de l'art. 2 de la loi des licences qui est ainsi conçu:

10. Un "magasin de liqueurs de gros" est celui où l'on vend en une seule fois, des liqueurs enivrantes en quantités non moindres que deux gallons, mesure impériale, ou d'une douzaine de bouteilles ne contenant pas moins d'une chopine chacune, mesure impériale.

En interprétant cette clause de manière qu'elle oblige le commerçant de détail à acheter au minimum deux gallons d'une même liqueur et le commerçant en gros à vendre en une seule fois une quantité minimum de deux gallons d'une même liqueur, on ne tient pas compte des usages et des besoins réels du commerce.

Il est des liqueurs d'un prix élevé et de peu de débit qu'un détailleur ne peut

acheter en quantité de deux gallons, soit à la caisse, sans immobiliser en pure perte une bonne partie de son capital. Car s'il lui faut acheter d'un même coup deux gallons ou une caisse de chacune des liqueurs qu'il est tenu d'avoir en magasin pour satisfaire aux demandes de sa clientèle, il sera forcé d'avoir un stock souvent hors de proportion avec son capital et son chiffre d'affaires.

Cette interprétation de la clause 10 ne donne donc pas satisfaction au commerce de détail et elle est une entrave pour les affaires.

Le commerce de gros, d'accord en cela avec le commerce de détail, demande, et c'est justice, qu'il lui soit permis de vendre des liqueurs assorties en lots de deux gallons au minimum; ainsi, le commerce de gros pourrait vendre deux gallons de whisky ou deux gallons de cognac sans être obligé à livrer les deux gallons de whisky ou de cognac d'une seule et même marque.

Nous ne voyons pas de raison plausible qui empêche le gouvernement de se rendre aux vœux que lui a exprimés la délégation au nom du commerce tout entier.

L'AUGMENTATION DU PRIX DE LA BIÈRE

Pendant le mois de février, il s'est passé, au point de vue des hôteliers, un fait grave contre lequel ils protestent énergiquement. Ce fait est celui de l'augmentation du prix de la bière tant en fûts qu'en bouteilles.

Cette augmentation serait, nous dit-on, le résultat d'une entente entre tous les brasseurs et embouteilleurs de la Province de Québec, moins un qui, étant actuellement absent n'a pu donner son adhésion à l'entente. Quand bien même cette brasserie resterait en dehors de la combinaison, le fait n'aurait pas une importance réelle, car elle a toujours vendu jusqu'à présent ses produits à un prix plus élevé que les autres établissements similaires.

L'entente entre brasseurs aurait eu d'autres résultats que celui d'augmenter les prix de la bière. Les brasseurs se sont mis d'accord pour cesser de faire au profit de leurs clients, ainsi que cela se pratiquait dans bien des cas, un service gratuit de réparations des pompes à bière; ils ont également décidé de ne plus faire d'installations nouvelles de bar.

Une entente semblable à celle qui vient de faire les brasseurs de la Province de Québec existe depuis quelques années entre les brasseurs de la province d'Ontario.

Nous nous demandons si réellement cette entente sera avantageuse aux brasseurs, et si elle n'aura pas pour effet, au contraire, de faire diminuer la consommation de cette boisson.

Il y a quelques années, alors que les objets et produits de consommation de toute nature étaient à des prix moins élevés qu'ils ne le sont actuellement, les brasseurs auraient peut-être pu impunément avancer le prix des bières en bouteille sans pour cela en ralentir la vente. Mais, aujourd'hui que toutes les marchandises de première nécessité sont à des prix tels que les salaires sont à peine suffisants pour l'entretien de la famille, la situation pourrait changer, car la bière n'est qu'un accessoire, un luxe à la table, et avant le luxe passe l'indispensable, le nécessaire.

Les gens économes, et il n'en manque pas, verront dans l'augmentation du prix de la bière en bouteilles une raison, ou si l'on préfère, une occasion de s'en passer en tout ou en partie. Brasseurs et embouteilleurs pourraient s'en apercevoir avant longtemps.

En ce qui a trait à la bière en fûts, l'augmentation du prix en retombera tout entière sur les hôteliers qui devront vendre la bière à raison de 5 cents le verre, comme par le passé. Pour la faire supporter aux clients, ils devraient réduire la contenance du verre. Les uns vendent la bière dans des verres d'une contenance démesurée, mais ils s'en font une réclame et ils consentiront difficilement à servir moins copieusement leurs clients dans la crainte de les perdre. Quant à ceux qui servent la bière dans des verres d'une contenance raisonnable, nous ne voyons pas comment ils feraient accepter à leurs clients un verre moins grand. Aussi, avisons-nous raison de dire que le poids de l'augmentation pèsera tout entier sur les hôteliers.

En résumé, l'augmentation du prix des bières en bouteilles affectera les épiciers et les hôteliers qui en vendront moins et parfois avec un moindre bénéfice; d'autre part, l'augmentation du prix de la bière en fûts est, comme nous venons de le voir, une charge imposée à l'hôtelier.

Dans ces conditions il n'est pas surprenant que, d'un côté les hôteliers et, de l'autre côté, les épiciers s'insurgent contre l'augmentation du prix de la bière, augmentation qui n'est due qu'à la suppression de la concurrence grâce à une entente, à une combine des brasseurs et des embouteilleurs.

Comme on le verra par le compte-rendu de l'assemblée que nous publions sur une autre page, l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal entend combattre sur le terrain légal l'action des brasseurs et embouteilleurs combinés et nous croyons que la prochaine assemblée générale mensuelle des membres de cette Association, qui aura lieu le mercredi 6 mars, sera sous ce rapport très intéressante. Nous avons raison de croire que les membres de cette Association viendront en très grand nombre à cette assemblée à la-



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.

“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR
HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.
WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS :
LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS : WALTER R. WONHAM & SONS
6 RUE ST-SACRAMENT, MONTREAL

quelle l'augmentation du prix de la bière provoquera une discussion animée.

LE DECLIN DE LA VIE DE CLUB

Les premiers clubs qui furent établis répondaient à de nouvelles idées et supprimèrent toute compétition. A cette époque, il n'était pas de bon ton d'aller au restaurant et on n'avait pas coutume d'y emmener dîner les dames. Les clubs accaparaient presque tous les célèbres cuisiniers de l'époque—Ude quitta le palais Buckingham pour le Coventry Club, Soyer abandonna lord Chesterfield pour le Reform Club—et un homme du monde pouvait offrir à ses amis, à son club, un dîner meilleur qu'en tout autre endroit de Londres. Le repas au club était une nouveauté très utile. Pouvoir s'asseoir dans une salle confortable et faire un bon repas pour 2s. 6d. ou 3s. 6d. était une surprise agréable pour les hommes habitués à aller dans des gargotes pleines de vapeur, quand ils voulaient un repas à bon marché, servi promptement.

Chaque club avait une bibliothèque et tous les nouveaux ouvrages étaient placés dans une salle où les membres du club pouvaient les lire commodément. Ceux-ci faisaient un meilleur robot de whist à leur club que partout ailleurs; la goutte n'avait pas encore effrayé la moitié des hommes et ne les avait pas portés à boire du whisky avec de l'eau minérale ou des vins faibles, médiocres et les membres d'un club étaient fiers de sa cave et parlaient des grands crus qu'elle contenait.

A cette époque, la chose peut-être la plus importante de toutes, c'est qu'en faisant partie d'un club, on appartenait au monde élégant. Les hommes se rendaient compte qu'ils devaient faire honneur à leur club et il y avait, dans le vestibule, des rangées de chapeaux de soie brillants accrochés aux patères et non les chapeaux melon et les antiquailleries poussiéreuses qu'on y voit maintenant. En ce temps-là, on n'était pas aussi pressé qu'aujourd'hui et, si le portier était un homme de prestance majestueuse, si le maître d'hôtel et le sommelier avaient une telle conscience de leur importance qu'ils ne pouvaient se mouvoir qu'à une allure de procession, les membres du club acceptaient tout cela comme partie intégrante d'un bon club.

Mais cela ne dura pas très longtemps. Tout ce qu'un club peut donner à ses membres, quelque autre établissement le fournit maintenant, meilleur et à meilleur marché. Les quarante guinées ou environ qu'un homme doit payer comme entrée dans un bon club et ses huit ou dix guinées de contribution annuelle doivent être ajoutées à ses notes de club, avant qu'il puisse se féliciter de vivre à meilleur marché en fréquentant son club qu'en dînant ailleurs. Les restaurants ont

fait plus, pour tuer les clubs, que tous leurs autres ennemis.—(London Mail.)

VITICULTURE ET TEMPERANCE

Sous ce titre, le journal "American Wine Press", publie un discours prononcé par le professeur T. Bioletti, de l'Université de Californie, devant le Congrès National des Cultivateurs, à Rock Island, Illinois, et dont nous reproduisons l'extrait suivant:

..... Thomas Jefferson a dit: "Le peuple ne s'enivre pas dans les pays où le vin est bon marché, et aucun peuple n'est sobre là où la cherté du vin lui fait consommer, pour sa boisson ordinaire, des alcools brûlants." Toutes les personnes qui ont beaucoup voyagé en Europe doivent reconnaître la vérité de cette parole.

Ceux qui préconisent l'usage du vin, quand ils plaident la cause de la tempérance, ne prétendent pas que le vin bu en excès n'enivre pas, ni que les hommes parfois ne boivent pas plus de vin qu'il ne faudrait. Ils prétendent toutefois, et cette prétention s'appuie sur des preuves abondantes et convaincantes, que dans toute l'Europe la consommation de vin par tête et la proportion des ivrognes sont en raison inverse.

Vous pouvez passer trois mois, comme je l'ai fait, dans le Sud de la France, où la consommation totale du vin est de 50 gallons approximativement par tête, et vous n'y verrez pas un seul cas d'ivresse.

En Ecosse, où la classe la plus pauvre ne sait pas ce que c'est que boire du vin, la moitié de la population est, dit-on, en état d'ivresse tous les soirs. Il est rare que vous puissiez vous promener le soir dans une ville quelconque d'Angleterre, d'Ecosse ou d'Irlande, sans voir un ou plusieurs êtres humains dans un état tel que vous êtes tenté de vous joindre aux prohibitionnistes. En réalité si la prohibition des boissons enivrantes devait empêcher les maux causés par l'intempérance alcoolique, aucun homme de cœur ou ayant des principes ne pourrait faire autrement que d'être un ardent partisan de cette prohibition.

Mais la prohibition des boissons alcooliques n'a jamais empêché, et je crois n'empêchera jamais, les pires maux causés par l'intempérance, comme l'a fait le vin partout où il est devenu la boisson ordinaire et journalière du peuple. Tout ce que la prohibition peut faire, c'est de supprimer tout ce qu'il y a de bon et de bienfaisant dans la consommation de vins légers et de laisser, je dirai même d'intensifier, tout ce qu'il y a de mauvais et de nuisible dans la consommation de l'alcool.

Le mot anglais "sober" n'a pas d'équivalent en français, ce qui n'indique pas l'absence chez les Français de la qualité représentée par ce mot; cela indique plu-

tôt l'existence presque générale chez eux de cette qualité. Nous avons un mot pour exprimer l'état d'un homme qui a perdu ses cheveux: on dit qu'il est chauve. Nous n'en avons pas pour exprimer le contraire. La présence des cheveux sur la tête est chose si usuelle, si normale et presque si générale que c'est seulement l'absence très exceptionnelle de cheveux qui exige un mot descriptif. Il en est de même de la sobriété en France.

La femme d'un de mes amis, arrivée récemment d'Italie, visitait la ville de San-Francisco; ayant soif, elle accompagne son mari dans un "saloon". S'est avec difficulté que j'expliquai mon alarme à mon ami, quand il me raconta ce qui s'était passé. Il pensait qu'un bar américain était semblable à un café italien, où le public entre pour satisfaire une soif naturelle et normale. Il ne savait pas encore qu'une grande partie des gens qui fréquentent ces établissements en Amérique le font pour satisfaire leur désir ardent de s'enivrer.

On ne peut expliquer d'une manière satisfaisante cette différence essentielle entre les habitudes des Français et des Italiens et celles des Anglos Saxons que par l'usage que les premiers font du vin comme breuvage ordinaire et journalier.

La différence de climats ou de tempérament national ne peut pas en rendre compte. Le Français ou l'Espagnol qui émigre, dans un pays froid ou dans un pays chaud, reste tempérament aussi longtemps qu'il peut se procurer sa ration ordinaire de vin pur et léger. D'autre part, la seconde et la troisième générations d'Européens du sud ayant émigré en Amérique, fournissent à notre population une proportion d'ivrognes habituels presque aussi grande que celle fournie par les Irlandais et les Scandinaves.

De tout cela, il résulte que le travail le plus rapide, le plus efficace et le plus permanent qui puisse être fait en faveur de la véritable tempérance et pour extirper le mal criant de l'ivrognerie, c'est de pousser à la consommation générale de vins légers comme boisson journalière de la masse de la population.

Le vin sec devrait être placé dans une catégorie tout-à-fait différente de celle du whisky, du brandy et du rhum. Il devrait être traité, dans le commerce et dans la loi, comme partie de la nourriture quotidienne du peuple. S'il était mis sur le même pied que le sucre et le lard, le café et la poudre à pâte, et tenu par les mêmes marchands avec les mêmes et seules restrictions qui concernent la pureté et l'origine naturelle, un grand pas serait fait dans la cause de la tempérance.

Un article d'alimentation utile et hygiénique, tel que le vin léger, ne devrait pas plus être vendu avec le rhum, le gin et les amers, qu'avec des produits pharmaceutiques. Tout ce qu'on peut dire ou

JOHN HOPE & CO., MONTREAL.

Seuls Agents au Canada de:

MM. John de Kuyper & Son.....	ROTTERDAM.....	<i>Gin de Hollande</i>
“ Martel & Co.....	COGNAC.....	<i>Cognacs.</i>
“ Jules Robin & Co.....	“	<i>Cognacs.</i>
“ Cockburn, Smither & Co.....	OPORTO.....	<i>Vins de Port.</i>
M. M. Misa.....	XERES DE LA FRONTERA...	<i>Sherries.</i>
“ S. Darthez.....	REUS (TARRAGONE).....	<i>Ports Tarragone.</i>
MM. Barton & Guestier.....	BORDEAUX.....	<i>Clarets, Sauternes et Huile d'Olive.</i>
“ Deinhard & Co.....	COBLENZ.....	<i>Hocks et Moselles.</i>
“ C. Marey & Liger-Belair.....	NUITS.....	<i>Bourgognes.</i>
“ E. & J. Burke, Limited.....	DUBLIN & LIVERPOOL.....	<i>Guinness's Stout, Bass's Ale, Whiskies Irlandais et Rhum de la Jamaïque.</i>
“ C. G. Hibbert & Co.....	LONDRES.....	<i>Bass's Ale.</i>
“ Bulloch, Lade & Co., Limited.....	GLASGOW.....	<i>Whiskies Ecossais.</i>
“ Cantrell & Cochrane, Limited.....	BELFAST ET DUBLIN.....	<i>Ginger Ale, Soda et Eau de Seltz.</i>
“ Field, Son & Co.....	LONDRES.....	<i>Sloe Gin, Orange Bitters, Rhum de la Jamaïque.</i>
“ Moet & Chandon.....	EPERNAY.....	<i>Champagnes.</i>
Booth & Co's. (LONDRES)..... <i>Old Tom et Dry Gin.</i>		

LES EAUX-DE-VIE DE VIN

prouver au sujet des propriétés toniques de l'alcool s'applique encore davantage aux effets plus toxiques de substances telles que la caféine et l'acide prussique, et n'a pas plus de rapport à la consommation de vins légers qu'à celle de pêches ou de quantités modérées de thé faible.

La question de savoir si le corps humain peut utiliser ou non, comme aliment, une certaine quantité d'alcool, est extrêmement intéressante, mais a peu de chose à voir au cas qui nous occupe.

Les maux causés par l'abus de l'alcool sautent aux yeux de tout le monde. L'efficacité du vin pour supprimer ces maux est également évidente pour tous ceux qui ont eu l'occasion de l'observer. Les producteurs de vins légers et purs et ceux qui en vendent rendent un service des plus importants à la population et devraient recevoir l'appui et la coopération de tous les amis de la tempérance et du bien public.

La boisson hygiénique par excellence

Le Genièvre Canadien "Melchers" marque "Croix Rouge" est reconnu par tous les médecins comme étant la plus hygiénique des boissons. Ayant vieilli pendant des années dans des entrepôts contrôlés par le gouvernement avant d'être mis en vente, le Genièvre Canadien marque "Croix Rouge" a acquis une finesse de goût et une délicatesse d'arôme que seul l'âge peut donner. Il ne brûle pas le palais comme le font les Gins importés de la Hollande, au contraire, il est doux et moelleux à prendre. C'est absolument le seul Gin dont l'âge et la qualité soient garantis par le gouvernement, par un timbre officiel apposé sur chaque flacon.

Méfiez-vous des contrefaçons et des substitutions. Insistez pour avoir le meilleur et le plus vieux Gin, c'est-à-dire le "Melchers Canadien" marque "Croix Rouge". Boivin, Wilson et Cie, 320 rue St-Paul, seuls concessionnaires.

MM. Bernard & Laporte prennent actuellement des commandes d'importation pour leurs spécialités, telles que les eaux-de-vie en caisses et en fûts de la maison Lucien-Poucauld & Co., de Cognac, ainsi que pour les liqueurs françaises de MM. Gabriel Viard, de Troyes, France. Les produits de ces deux maisons occupent une place d'élite sur le marché canadien et il n'est aucun établissement de premier rang digne de ce nom, qui ne les ait sur ses tablettes.

Intéressant pour les hôteliers

Nous attirons l'attention des hôteliers sur l'appareil à nettoyer les tuyaux de pompes à bière mis en vente par la Hamilton Brass Mfg. Co., Ltd., 327 rue Craig Ouest, Montréal. Avec cet appareil mis en vente au prix modique de \$7, et en se servant d'une préparation spéciale, on peut toujours avoir les tuyaux de pompes à bière dans un état parfait de propreté.

Nous rappelons également aux intéressés que la Hamilton Brass Mfg. Co. fait des travaux de réparations de tous genres pour les installations de bar. Il suffit de téléphoner soit par le Téléphone Bell, Main 3245, soit par le Téléphone des Marchands 774 pour recevoir immédiatement la visite d'un ouvrier compétent.

On donne d'une manière générale, le nom d'eau-de-vie à toutes les liqueurs spiritueuses obtenues par la distillation des boissons fermentées; mais on ne saurait contester que la meilleure, la plus hygiénique, est celle qui provient franchement du vin.

Les eaux-de-vie obtenues avec le vin sont de trois sortes, savoir:

- 1o Eau-de-vie proprement dite;
- 2o Eau-de-vie obtenue avec des marcs de raisin;
- 3o Eau-de-vie produite par la distillation des lies.

Tous les vins ne fournissent ni la même quantité, ni la même qualité d'eau-de-vie et il faut apporter à leur choix les soins les plus judicieux.

Quand on achète un vin pour le distiller, il faut le soumettre simultanément à l'inspection, à l'odorat, à la dégustation; puis, à quelques essais destinés non seulement à faire connaître la quantité d'eau-de-vie qu'il pourra rendre, mais encore à éclairer sur les qualités de ce produit.

Dans ces sortes d'essais, il est utile d'établir une distinction entre les vins nouveaux et les vins vieux.

Les vins nouveaux doivent être achetés à la décuaison, car c'est ce moment qui est reconnu le plus favorable pour se livrer aux achats. A cette époque les vins n'ont pas encore achevé leur fermentation et renferment une quantité plus ou moins grande de sucre. Il y a donc lieu de rechercher non seulement la quantité d'alcool qu'ils contiennent mais encore de déterminer la dose de sucre et, par conséquent, celle d'alcool qu'ils seront susceptibles de fournir quand leur fermentation sera terminée.

Cette dernière opération est, d'ailleurs, de toute nécessité, car il est bien reconnu que le moment le plus favorable pour soumettre les vins à la distillation est celui où le goût sucré a disparu, celui où tout le sucre s'est transformé en alcool par la fermentation insensible qui continue encore quelque temps après la décuaison.

Les vins vieux, bien fermentés et bien dépouillés, ne contenant plus de matières sucrées, n'ont besoin que d'être soumis à une petite distillation pour s'assurer immédiatement de leur degré alcoolique. Ces vins peuvent être distillés en tout temps.

Les vins nouvellement fermentés donnent une eau-de-vie supérieure en qualité à celle qui est produite par un vin de plusieurs mois, et c'est aux vins nouveaux qu'il faut de préférence avoir recours.

La distillation doit être opérée lentement, car c'est l'action douce et régulière de la chaleur qui donne le cuit et développe le bouquet exquis si apprécié des connaisseurs.

Les appareils de distillation revêtent des formes nombreuses et variées; mais les divers systèmes sont toujours basés sur les mêmes principes; ils sont à feu nu ou au bain-marie ou même à la vapeur.

Au point de vue de leur fonctionnement, ils sont simples, c'est-à-dire que le travail de la distillation est intermittent et entrecoupé par le rechargement lorsqu'une charge est épuisée; ou bien continu, c'est-à-dire alimentés sans interruption par un moyen d'une pompe et d'un réservoir.

Ces derniers appareils, à colonnes, à plateaux, à déflegmateurs, etc., proposés par nos ingénieurs-construteurs pour la confection des alcools d'industrie ont été essayés sans beaucoup de succès pour la distillation des vins. Aussi, leur préfère-t-on encore aujourd'hui, dans les pays grands producteurs d'eau-de-vie de vin, les alambics tout à fait primitifs fabriqués par les chaudronniers.

Il est, d'ailleurs, bien reconnu que la supériorité des produits obtenus tient beaucoup aux soins apportés à la distillation des vins.

L'appareil le plus usité est celui à col de cygne, il se compose de quatre pièces principales: cucurbite ou chaudière, chapiteau, col de cygne et réfrigérant avec serpentín.

La cucurbite ou chaudière est un récipient en cuivre étamé dont la capacité est rarement supérieure à 220 gallons. Ce récipient est placé sur un fourneau en briques qui le recouvre jusqu'aux trois quarts environ de sa hauteur, et où il est maintenu au moyen d'un rebord; un trou d'homme permet le nettoyage intérieur de la chaudière.

Le chapiteau est une pièce en cuivre étamé, à l'intérieur, qui a la forme d'un entonnoir renversé. Cette pièce qui coiffe la chaudière est garnie à chacune de ses deux extrémités d'un cercle-collet en cuivre, s'adaptant, l'un à la cucurbite, l'autre au col de cygne qu'il reçoit.

Le col de cygne est un tuyau de cuivre formant demi-cercle et reliant l'alambic au réfrigérant.

Le réfrigérant ou serpentín est un long tuyau d'étain ou de cuivre étamé courbé en hélice et renfermé dans un réservoir qui est muni d'un robinet de vidange à sa base. Ce réservoir est plein d'eau qui se renouvelle constamment de bas en haut pendant la distillation; l'eau froide arrive par un tuyau placé à la partie inférieure du réservoir et l'eau chaude s'écoule au dehors par un tuyau de trop plein.

Telles sont les parties essentielles de tout appareil à distiller simple; l'une ou l'autre d'entre elles peut recevoir certaines modifications, suivant le but que l'on désire atteindre, mais le principe reste toujours le même.



Quatre Marques Célèbres



Demandées également dans les Restaurants, les Hôtels et les Epicerie; recommandées par les médecins.



Gin Canadien Croix Rouge,

Supérieur à cause de son âge.

Dawson, le whisky préféré des connaisseurs.

Frapin, le cognac qui a eu tous les premiers prix.

Vin St-Michel, le meilleur des toniques.

Un marchand est jugé d'après la qualité des marchandises qu'il tient. Vous ne pouvez vous passer de ces quatre marques.



BOIVIN, WILSON & CIE,

520 RUE ST-PAUL, MONTREAL.



Afin de ménager le combustible et le temps, on place généralement entre l'alambic et le réfrigérant un récipient de la contenance de la cucurbit qui on remplit de vin. Ce récipient, appelé chauffe-vin, est muni d'un serpentín dans lequel passent les vapeurs alcooliques avant de se rendre au réfrigérant. Ces vapeurs, en se condensant, échauffent progressivement le vin jusqu'à 131° ou 140°, et lorsque la distillation est terminée, on vide la cucurbit que l'on remplit avec le vin chaud du chauffe-vin qui, à son tour, est chargé de nouveau.

De cette manière, la distillation recommence presque aussitôt. L'utilisation de la chaleur qui se perd inutilement dans l'eau de réfrigération constitue une amélioration qu'on ne saurait négliger, car elle abrège considérablement la durée de la chauffe et réalise une économie sensible de combustible.

L'appareil à distiller doit, avant tout, être parfaitement propre dans toutes les parties: un nettoyage fait avec le plus grand soin, est une opération préliminaire de la plus haute importance.

Ce nettoyage s'effectue à l'eau chaude ou, mieux encore, en mettant dans l'alambic une certaine quantité d'eau qu'on porte à l'ébullition, et en laissant échapper les vapeurs par l'extrémité inférieure du serpentín. Avant de procéder au chauffage, il faut avoir soin de vider l'eau contenue dans le réservoir du serpentín, sinon l'opération manquerait son but.

Le nettoyage à la vapeur donne des résultats remarquables et doit être employé de préférence à celui à l'eau chaude.

Une fois qu'on a fait choix du vin et bien nettoyé la chaudière, on remplit celle-ci à peu près aux trois quarts, ce dont on se rend facilement compte au moyen d'une jauge en bois placée dans le liquide, et on pose le chapiteau. On ajuste ensuite le serpentín et, après avoir luté toutes les jointures et rempli d'eau le réservoir du serpentín, on allume le feu.

On allume tout d'abord un feu vif dans le fourneau pour hâter l'ébullition du contenu de la cucurbit; puis on le modère dès que la distillation est sur le point de commencer, ce que les praticiens reconnaissent au seul contact du col de cygne.

Le vin s'échauffe graduellement et aussitôt que la chaleur commence à pénétrer, il se dégage beaucoup d'air par l'extrémité inférieure du serpentín où l'on a disposé un petit récipient destiné à recueillir les produits. Peu à peu le liquide entre en ébullition et émet des vapeurs alcooliques qui s'élèvent dans l'appareil, se condensent d'abord en route et retombent dans la cucurbit. A mesure que le chapiteau s'échauffe davantage, les vapeurs le traversent et s'en-

gagent dans le serpentín qui, étant sans cesse refroidi, les condense; celles-ci s'écoulent à l'état liquide.

Il passe d'abord un alcool qui n'a ni goût ni odeur agréables; on met ce premier produit de côté pour le distiller. Puis vient un alcool de très bonne qualité, nommé eau-de-vie première, dont on détermine le titre par l'alcomètre établi à demeure.

Pendant quelque temps, cet appareil se maintient à peu près au même degré, mais peu à peu l'alcool perd de sa force et finit par tomber au-dessous de 50°. A ce moment, on ne recueille plus que de l'eau-de-vie mêlée à plus ou moins d'eau et lorsqu'elle a passé pendant quelque temps, elle ne contient presque rien de spiritueux.

Dès que le liquide marque 0° à l'alcomètre, on couvre le feu, on fait écouler la vinasse et, aussitôt le nettoyage de la chaudière terminé, on remplit de nouveau avec le liquide du chauffe-vin.

Pendant toute la durée de la distillation, le feu doit être modéré et maintenu dans une grande uniformité, afin que le liquide s'écoule régulièrement en un filet moyen. Il est, en effet, reconnu, ainsi que nous l'avons dit plus haut, que le produit le plus fin est celui qui distille lentement et à un feu doux.

Le distillateur ne doit donc jamais quitter son alambic, s'il ne veut s'exposer à de graves accidents. Si le feu est trop vif, les matières lourdes sont entraînées avec les vapeurs et rendent le produit médiocre tout en lui communiquant un goût désagréable; il peut, en outre, se produire des coups de feu assez forts pour faire passer la matière en nature dans le serpentín.

Dans ce dernier cas, le liquide déjà recueilli est complètement souillé et il faut recommencer l'opération. Si le feu est trop faible, la distillation s'effectue avec une lenteur désespérante, le liquide coule goutte à goutte et n'a presque pas d'arôme.

Suivant leur nature, les vins sont distillés avec ou sans repasse.

Les vins peu chargés en bouquet, doivent être opérés sans repasse, c'est-à-dire que l'eau-de-vie doit être amenée au degré voulu en une seule opération. Le produit ainsi obtenu a plus d'arôme que s'il était rectifié par une deuxième opération.

Il n'en est pas de même des vins très parfumés; ceux-ci nécessitent deux distillations.

A la première distillation, on laisse tout couler dans le même récipient et on a les brouilles [flegmes à bas degrés] que l'on redistille, effectuant ainsi la repasse, pour produire l'eau-de-vie telle qu'on la désire.

Le produit de cette deuxième opération est fractionné: on sépare d'abord les éthers, mauvais goût, qui passent au dé-

but de la distillation, et ensuite les huiles empyreumatiques, qui apparaissent à la fin, lorsque le liquide tombe à environ 40°, et quelquefois même dès 50°.

Ce mode d'opérer donne: la tête qui sort en premier, le coeur et la queue qui passent en dernier lieu. Le coeur de l'opération est seul classé comme bon goût. Les mauvais goûts de tête et de queue réunis sont redistillés à nouveau avec le vin de la chauffe suivante.

L'eau-de-vie destinée à être consommée jeune doit avoir de 65° à 70°; celle à conserver pour vieillir doit varier entre 70° et 75°.

Au sortir de l'alambic, l'eau-de-vie est incolore et n'a pas les qualités que le cherche le consommateur. Il faut pour qu'elle ait le moelleux voulu, au moins cinq années de vieillissement.

A cet effet les eaux-de-vie sont logées dans des futailles neuves en bois de chêne du nord, préalablement soustraites à l'action de la vapeur et lavées, où elles séjournent pendant six mois environ. Un séjour plus long pourrait leur faire contracter un goût de bois, ce qui nuirait à leur qualité.

Ce laps de temps écoulé, on transvase donc le liquide, qui a pris une belle couleur jaune doré, dans le vieux fûts où on le laisse pendant un temps variable, selon le degré de vétusté qu'on veut lui donner.

A défaut de fûts neufs, on emploie quelquefois les copeaux de chêne blanc avec lesquelles on prépare des petites eaux. Les copeaux sont tout d'abord placés dans un fût recouvert d'eau fraîche, où on les laisse macérer pendant 24 heures, puis lavés à l'eau froide. Grâce à cette macération et à ce lavage, les copeaux sont débarrassés de l'excès d'extrait amer, trop coloré et nuisible, et l'on peut, sans inconvénient, les employer à la confection des petites eaux.

A cet effet, on les fait macérer pendant quelques mois dans de l'eau distillée ou de l'eau de pluie ou de source très pure que l'on a alcoolisée à 30°; il faut 11 à 13 livres de copeaux par 22 gallons d'eau. Pour que cette eau donne à l'eau-de-vie de la douceur et du moelleux, il faut qu'elle ait été conservée en fût pendant six mois au moins, dans un local à température élevée; elle acquiert ainsi une couleur fraîche et un goût de rancio.

On peut obtenir un vieillissement rapide par l'oxygénation ou l'exposition à l'air. (*Revue Vinicole*).

Léon Joue.

MM. Bernard & Laporte sont les seuls concessionnaires au Canada pour les eaux de Vichy-St-Yorre, source "Regina", Croix Rouge. Cette eau minérale approuvée par l'Académie de Médecine de Paris a été adoptée par les principaux hôpitaux de l'Europe.



Garanti
Agé de
Plus de
12 ans.



QUAND votre client demande un Brandy
pour boire avec des Eaux de Table—
pour prendre avec du lait au moment de se
coucher— et spécialement pour servir avec
le café, après le dîner — donnez-lui le

Brandy
3 Etoiles
de Hennessy

Esprit de haut degré
et Alcool
STANDARD

(E. W. PARKER, - MONTREAL.)

Un alcool neutre et incolore, convenant à tous les usages.
Garanti par le Gouvernement Canadien avoir muri en Entrepot
pendant deux ans.

Agents vendeurs : **GILLESPIES & CO., MONTREAL.**

NE NEGLIGEZ PAS VOTRE TENUE

L'habillement est un point très important pour le vendeur et, par habilement, il faut entendre la toilette tout entière, y compris le chapeau, la cravate et la chaussure. Ces articles de la toilette devraient recevoir un soin spécial et être en harmonie avec le style général. Souvenez-vous que l'acheteur est de toutes les personnes celle qui remarque le plus les détails. On entend des arguments puissants au sujet de l'habileté presque surhumaine qu'ont certains vendeurs à juger promptement un acheteur; mais l'expérience nous enseigne que l'acheteur vous a jugé avant même que vous n'ayez commencé votre travail de vendeur.

L'acheteur peut en même temps se rendre compte de toute votre tenue des pieds à la tête, et la réception qu'il vous fera dépendra d'abord de votre apparence générale, puis de l'entrevue elle-même. Soyez donc toujours propre et d'une tenue soignée.

Au sujet de la propreté, il est à propos de noter un point que beaucoup de vendeurs négligent — le soin des mains et des ongles. Surtout que le visage soit propre.

Avez-vous jamais réfléchi que, pendant que vous employez toute votre énergie à influencer un acheteur entêté, si son regard s'arrête sur vous, ce sera sur votre visage, et que les deux parties qui jouent un rôle dans ce duel de paroles, ce sont les yeux et la bouche?

Qu'arrivera-t-il si cet homme est un juge quant à la tenue des vendeurs, et si, pendant que vous faites votre possible pour le convaincre, il vous examine et voit que vous portez un chapeau démodé, remarque une cravate dont la couleur n'est nullement en harmonie avec celle de votre costume? A la fin vous devenez si imbu de votre sujet et si confiant en vous-même que, sans invitation, vous rapprochez machinalement votre chaise de celle de votre interlocuteur et celui-ci se trouve obligé d'examiner vos dents. L'acheteur en général n'est pas disposé à acheter, et, avec une telle tournure d'esprit, il est invariablement porté à la critique. Il remarque que la nature a été bonne pour vous, il voit que vous avez une belle dentition, mais que vous la négligez. Vos dents portent des marques qui prouvent que vous faites usage de tabac et que vous considérez le tabac comme une chose beaucoup plus importante que des dents saines et en bon ordre.

L'acheteur admet que vous lui présentez un bon argument, mais les points de votre argument ne sont pas suffisants pour contrebalancer ce qu'il y a de mauvais au point de vue de votre

physique, et vous perdez votre marché — vous écrivez à votre maison que les prix sont trop élevés, quand la vraie raison qui fait que vous n'avez pas pu faire de vente doit être attribuée à votre tenue peu soignée.

Si le vendeur veut bien prendre ces arguments en considération, il peut en bénéficier de toute façon. Il peut se mettre à la hauteur de la situation, combattre ses points faibles et avoir plus de valeur pour sa compagnie. Toutefois vous ne pouvez le faire, à moins que vous ne mettiez tout votre cœur à votre travail, que vous ayez entière confiance en vous-même, en votre compagnie et aux gens que vous sollicitez dans le territoire qui vous est dévolu.

En d'autres termes, vous devez être fortement optimiste et éliminer de votre nature toute trace de pessimisme. Il n'est pas douteux qu'il y a une différence dans la manière dont les mérites des diverses marchandises devraient être exposés à l'acheteur en perspective; mais si vous avez soin que les points indiqués dans cet article soient observés de votre mieux, chaque jour de votre vie, la nature jouera son rôle et vous serez surpris des résultats produits.

Faites-vous usage de gin?

Si vous faites usage de Gin, il est préférable à tous les points de vue de boire du Gin Canadien Melchers "Croix Rouge", parce que le "Melchers" est un Gin supérieur, un Gin qui a de l'âge, un Gin qui, avant d'être offert au public, a vieilli pendant des années; un Gin qui est une véritable liqueur; un Gin doux et moelleux à prendre, qui ne brûle pas, un Gin dont le goût est agréable et l'arôme délicat; enfin, un Gin dont l'extrême pureté lui vaut l'approbation de tout le corps médical.

MM. Bernard & Laporte, accusent une augmentation constante dans la vente des whiskies Ecossais de la maison Alexander Ferguson & Co., de Glasgow.

Les Scots en caisses portant les marques K. T. & P. O. sont très favorablement connus des amateurs, et le whisky en fûts q. o. p. se recommande tout spécialement à l'attention des hôteliers qui veulent avoir une boisson donnant entière satisfaction à leurs clients.

MM. Bernard & Laporte prennent actuellement des commandes d'importation pour ces whiskies et cotent des prix spéciaux.

Nous attirons l'attention de nos lecteurs sur l'annonce de MM. S. H. Ewing & Sons. Ils trouveront dans cet établissement tout ce qui est nécessaire à l'embouteillage des liquides: bouchons coupés à la main et à la machine, importés ou fabriqués par la maison, capsules, broches, filets d'étain, etc.

Les hôteliers, brasseurs et embouteilleurs ont tout intérêt à s'adresser à cette maison bien connue pour leurs fournitures.

Une visite à la Freyseng Cork Co.

Nous avons eu ces jours derniers l'occasion de visiter les entrepôts de Montréal de la Freyseng Cork Company, Ltd., sur l'invitation de M. Otto Zepf, un des directeurs de cette importante compagnie et le gérant de la succursale de Montréal.

L'établissement en question est situé 655-661 rue St-Paul, vis-à-vis du marché au Foin; la bâtisse a une hauteur de quatre étages, elle est construite en pierre solide et en briques et couvre un espace de 25,000 pieds carrés; elle a coûté \$30,000, a été construite toute spécialement pour les fins de commerce de bouchons et fournitures pour embouteilleurs sur les indications de M. Zepf, un expert en la matière.

Au premier plancher on trouve les réserves de liège à bouchons achetées et choisies sur les lieux de production en Espagne et en Portugal, ainsi que les appareils de chauffage et les engins pour la force motrice qui sert à faire fonctionner les machines à tailler les bouchons et les élévateurs desservant les différents étages.

Au deuxième étage sont situés les bureaux, les salles de vente et d'échantillons, ainsi que le service d'expédition.

Dans les deux autres étages on trouve les ateliers où le liège est transformé en bouchons ainsi que les stocks de bouchons préparés et les autres fournitures diverses.

A part son commerce de bouchons qui est sa grande spécialité, la Freyseng Cork Co., Ltd., fait d'importantes affaires dans toutes les fournitures générales pour embouteilleurs de bières et manufacturiers d'eaux gazeuses, telles que machines à boucher, à capsuler, à laver, machines automatiques pour le remplissage des bouteilles, capsules, cire à cacheter, etc., etc.

Pour donner une idée de l'importance du stock en entrepôt, il vous suffira de dire qu'à l'heure présente la Freyseng Cork Co., Ltd., a des bouchons et des lièges bruts pour une valeur d'au-delà de \$40,000, tandis que les autres fournitures diverses se montent à \$10,000.

Ce qui nous a surtout frappé au cours de notre visite, c'est l'ordre parfait et la propreté minutieuse qui président aux opérations de la firme.

Disons en terminant que la Freyseng Cork Co., Ltd., de Montréal emploie, à part de ses voyageurs, une quinzaine d'employés placés sous la direction générale de M. Otto Zepf, qui est habilement assisté dans ses travaux par son fils, M. O. Zepf, jr.

Parmi les derniers travaux entrepris par la Hamilton Brass Mfg. Co., nous citerons l'installation d'un "work-board" des plus perfectionnés à l'établissement de l'hôtelier bien connu, M. Frank Lachapelle, établissement situé au coin des rues Duluth et St-Hubert.

Par suite de l'extension considérable de leurs affaires, MM. Bernard & Laporte, négociants en vins et liqueurs en gros, se sont assurés les services d'un nouveau voyageur en la personne de M. Arthur Fournier.

M. Fournier est des plus favorablement connu dans cette ligne et possède une très forte clientèle dans l'Ontario, clientèle qu'il visitera désormais dans les intérêts de la maison Bernard & Laporte.

La ville de Belfast consomme plus de thé que toute autre ville du Royaume-Uni.

OTTO ZEPF, Gérant.

FREYSENG CORK COMPANY, LIMITED.

Coupés
à la Machine

BOUCHONS

Coupés
à la Main.

Nous tenons le Stock le plus Fort, le plus Complet et le plus Varié de :

Machines à Boucher, Machines à Capsuler,
Capsules à Bouteilles, Paniers à Bouteilles,

Broche à Bouteilles, Cire à Cacheter, Feuilles d'Étain—

Unies et de Couleur.

Paillons. Ceintures de Sauvetage en Liège.

655-661, RUE ST-PAUL,
MONTREAL, QUE.

TELEPHONE BELL: MAIN-844.



EMBOUTEILLAGE DE BIÈRE

Le stock considérable de Bière embouteillée à l'avance que nous tenons à la disposition du commerce, nous permet de livrer constamment une qualité supérieure et toujours égale.

Notre outillage pour le lavage des bouteilles, réalise la perfection atteinte à ce jour par les fabricants d'appareils d'embouteillage.

W. J. RAFFERTY,

Embouteilleur autorisé de la maison W. DOW & CO,
Brasseurs et fabricants de Malt,

33, 35 et 37, rue Vallée
MONTREAL.

PUR



NATUREL

Nous prenons maintenant des ordres d'importation pour le

COGNAC
V. FOURNIER & CO.,

Le Cognac le meilleur,
Le Cognac des gourmets.

Pour les ordres d'une certaine importance, nous faisons graver en lettres d'or sur la bouteille, au-dessus de l'étiquette, à la place du nom V. Fournier & Co., Cognac, le nom du client ou sa carte d'affaires.

Motard, Fils & Senécal

Seuls Concessionnaires
pour le Canada du . . .

Vin Phosphaté au Quinquina

des RR. PP. Trappistes d'Oka.

Tel. Bell, Main, 4495.

Tel. March. 962.

DISTILLATION ET FABRICATION DES LIQUEURS

Conférence de M. Léon Arnou

L'art du distillateur-liquoriste consiste à tirer parti de l'alcool pour en faire diverses préparations, telles que les liqueurs de dessert, les esprits parfumés, les teintures alcooliques et aussi les essences ou huiles essentielles employées soit encore dans les liqueurs, soit dans la parfumerie.

Les infusions ou macérations de plantes ou de produits aromatiques, ainsi que les infusions de fruits, sont encore dans le domaine du liquoriste; enfin, la préparation des fruits à l'eau-de-vie terminera cette assez longue série de manipulations.

La fabrication des liqueurs ne remonte pas loin. Au XVIII^e siècle, les seules liqueurs débitées au détail chez les liquoristes, car les marchands de vin n'avaient pas le droit d'en tenir, ni même les cafés qui ne préparaient que des boissons chaudes, ces liqueurs, dis-je, consistaient en ratafia; c'étaient des liqueurs de fruits ou d'épices, préparées par infusion dans l'eau-de-vie et sucrées.

Bien avant, on connaissait l'"hippocras", c'était encore des macérations de fruits, plantes ou liqueurs dans des vins généreux.

Je vous parle d'"infusion" et de "macération"; c'est le même but que l'on atteint dans ces deux opérations, seulement l'infusion s'opère à chaud et la macération à froid. Nous y reviendrons tout à l'heure pour les diverses préparations qui s'y rapportent.

Parmi les liqueurs qui étaient en vogue à la fin du XVIII^e siècle, il y avait l'"eau divine" préparée par les religieux du Saint-Sacrement de la rue St-Jacques, Paris. Cette eau divine possédait toutes les vertus, je ne veux pas essayer de vous les énumérer, cela m'entraînerait trop loin, mais en voici la simple composition: C'était de bonne eau-de-vie sucrée et aromatisée à l'eau de fleur d'oranger; prise modérément, cette liqueur était calmante et, en même temps, tonique, elle avait un succès énorme. Ces sœurs la débitaient en petites fioles de la grandeur de nos flacons d'eau de mélisse.

A Bordeaux, vers la même époque, Mlle Marie Brizard, personne très charitable et de grand mérite, préparait, suivant une recette transmise dans la famille, un ratafia d'anis ou anisette comme on l'a désignée par la suite. Cette liqueur était simplement faite par une infusion de semences d'anis vert, de banane, avec d'autres épices en petite quantité, dans de bonne eau-de-vie; cette infusion à froid, sucrée dans de justes proportions, donnait ainsi une liqueur digestive et cordiale. Ce ne fut que plus tard que l'on distilla cette infusion pour

en faire l'anisette que nous connaissons tous.

Les autres liqueurs se faisaient encore par infusion. Les plantes aromatiques, telles que la menthe, la mélisse, la sauge, l'absinthe, etc., mises dans l'eau-de-vie forte, donnaient des "élixirs"; l'"eau d'arquebuse", l'"eau de mélisse" et encore d'autres préparées dans les communautés religieuses, avaient un grand succès; en plus des vertus spécifiques, on leur en connaît encore de divines.

Comme ces liqueurs spiritueuses, assez fortes, n'étaient pas très agréables, on s'est avisé d'y mettre du sucre et c'est alors que l'on est arrivé après à rectifier par la distillation ces esprits parfumés et à en faire les liqueurs d'aujourd'hui.

La période de 1820 à 1860 a été le triomphe des liqueurs de toutes sortes; on les accommodait au goût du jour et selon le vent de la politique. Après la "liqueur des braves", on a vu le "petit lait de Henri IV" et celui du "duc des libéraux", la "liqueur du Champ d'Asile", la "liqueur de Béranger", on connaissait déjà le "Parfait amour" et les "crèmes de Pucelle" et d'autres que je ne puis nommer; comme je le disais, c'était le triomphe du liquoriste. En somme, c'était inoffensif; peu alcoolisées, distillées avec soin, ces liqueurs douces ne produisaient pas les ravages des soi-disant "apéritifs" d'aujourd'hui.

Eaux distillées

Ces eaux aromatiques doivent leurs propriétés à une certaine quantité d'"huile essentielle", entraînée par la distillation et qu'elles enlèvent aux substances d'où elles proviennent.

Cette distillation demande beaucoup de soins et d'attention; elle s'opère par des alambics chauffés à feu nu ou à la vapeur. Les plantes, fleurs, racines et d'autres substances aromatiques doivent être choisies et recueillies dans les meilleures conditions possibles, de manière qu'elles possèdent toutes leurs propriétés. Certains soins et certaines règles sont observées, je ne crois pas utile de vous les indiquer, je vais simplement vous parler de la fabrication des principales eaux distillées.

Eaux de fleurs d'oranger.—Cette eau, une des plus employées, est obtenue par la distillation des fleurs fraîchement cueillies et mondées de leur calice. La proportion de fleurs est de 13.2 livres pour 4.4 gallons d'eau, légèrement salée; le sel agit par sa présence pour obtenir dans l'ébullition un degré de chaleur supérieur à 212°. Dans la distillation, on recueille 2.6 gallons d'eau parfumée, c'est l'eau de fleurs d'oranger double, soit 1.5 gallon par livre de fleurs. Si on n'en retire que 1.3-4 gallons, on a la triple.

La meilleure qualité s'obtient avec les pétales de fleurs; on emploie aussi le calice, ainsi que les organes de la fructi-

fication, les queues et des feuilles fraîches, mais cette eau de seconde qualité est plus amère, moins suave que la précédente; elle est cependant appréciée pour ses propriétés cordiales, stomachiques et vermifuges.

On conserve l'eau de fleurs d'oranger à l'abri de la lumière, c'est pour cette raison qu'on la met dans des flacons bleus ou vert foncé.

Eau de roses.—Cette eau distillée se prépare comme la précédente. On emploie les pétales de la rose à cent feuilles. Il y a une cinquantaine d'années qu'on cultivait à Puteaux des rosiers de cette espèce et pour cet emploi; la rose de Puteaux était même renommée pour cette fabrication.

L'eau de roses, peu demandée dans nos magasins, est d'un usage fréquent dans les préparations pharmaceutiques et dans la parfumerie.

L'eau de menthe se prépare de la même façon; on emploie les sommités fleuries de menthe poivrée.

L'eau d'anis, qui sert comme la précédente pour rince-bouche, est distillée avec des semences d'anis vert, concassées ou pilées; la proportion est de 5½ livres d'anis pour 4.4 gallons d'eau salée avec 2,086 grains de sel.

L'eau de framboise, employée dans la confiserie, se prépare avec 26.4 livres de framboises mises dans l'alambic avec 4.4 gallons d'eau pure. La distillation faite lentement doit donner 2.2 gallons d'eau parfumée.

L'eau de marasque, dont on se sert dans la confiserie, dans certaines liqueurs et pour les glaces, s'obtient par une macération dans l'eau pure de merises, de feuilles de merisier, de framboises, de noyaux de pêches concassés et de poudre d'iris; pour 4 gallons d'eau, on obtient 2 gallons d'eau de marasque.

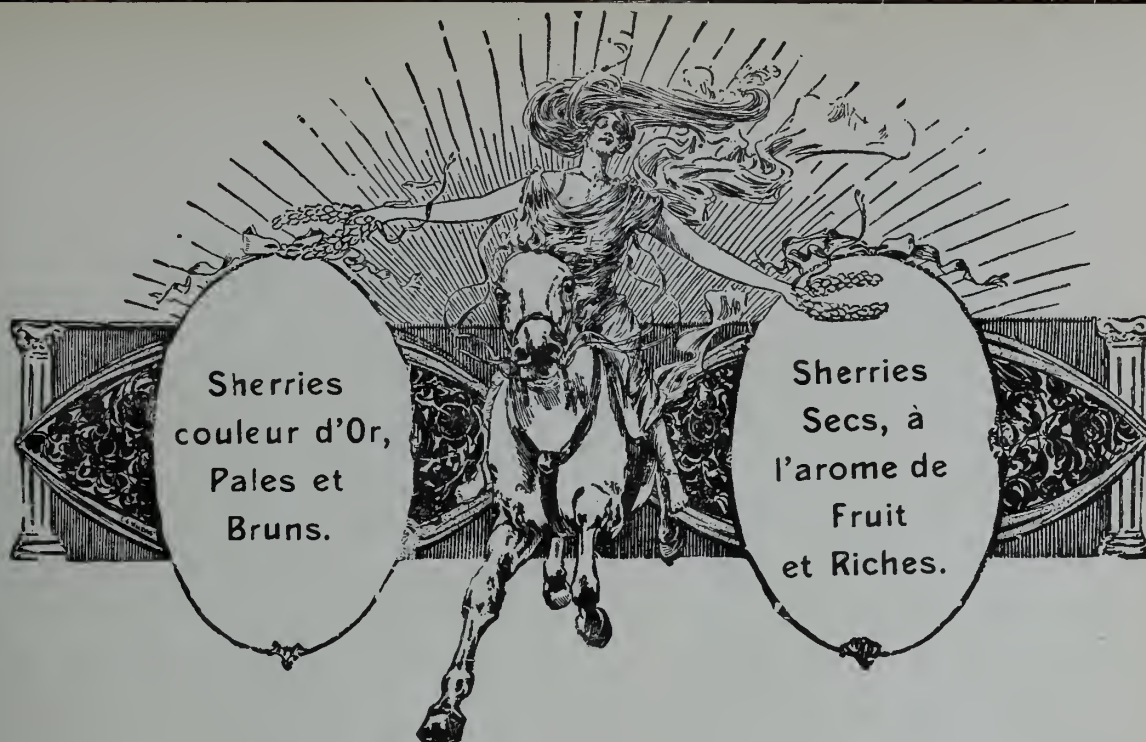
Je ne puis m'étendre davantage sur les eaux distillées, dont il y a encore un grand nombre, je préfère vous parler des huiles volatiles et essences que l'on obtient encore par les mêmes procédés.

Huiles volatiles ou essences

En distillant les eaux aromatiques sur de nouvelles fleurs ou plantes, on obtient une eau extrêmement chargée d'essence, qui surnage sur l'eau recueillie.

Les huiles volatiles sont ordinairement liquides à la température ordinaire, elles n'ont pas l'aspect huileux et le toucher gras des huiles ordinaires; elles sont toutes odorantes, cependant, il y en a qui n'ont pas le goût suave de la plante ou de la matière dont elles proviennent.

On rencontre ces essences dans toutes les parties de la plante; mais, dans certains fruits, comme les oranges, les citrons, les cédrats, elles existent dans l'écorce ou le zeste, renfermées dans les glandes ou utricules qu'il suffit de déchirer pour en recueillir l'huile essen-



AU COMMERCE

Nous avons l'honneur d'annoncer que la consignation reçue en
Décembre dernier de

GONZALEZ & BYASS

DE JEREZ, ESPAGNE,

la première Maison du monde pour le Sherry, a été complètement
vendue dans tout le Dominion. Les vins ont donné une entière
satisfaction, et nous avons été obligés d'augmenter nos comman-
des pour expédition immédiate.

Les qualités comprennent les sherries couleur d'or, pâles,
et bruns, et les marques Claro, Pendon, Geralda, Vino de Pasto,
Vino Puro, Oloroso, Amontillado, Solera, Jubilee, etc., etc.

Echantillons et prix fournis sur demande.

Lawrence A. Wilson Co. Limited, Montreal

tielle. Toutes les plantes de cette famille des "aurantiacées", sont remarquables en ce que toutes leurs parties donnent des essences, selon que l'on traite les fleurs, les feuilles ou leurs fruits à peine formés et enfin le zeste des fruits mûrs. On obtient ainsi les essences de "néroli", de "petit grain" ou "d'orange".

Le néroli est l'essence de la fleur d'oranger. En la distillant avec une assez grande quantité de fleurs, on obtient une eau très chargée d'essence. Les premières parties de la distillation sont laiteuses et très odorantes et on y découvre quelques bulles huileuses, c'est l'essence de néroli. Pour recueillir complètement cette huile essentielle, on se sert d'une sorte de carafe en verre avec un long col qui se rétrécit par le haut; à la base est disposé un bec recourbé qui s'élève le long de la carafe sans atteindre la hauteur du col. Par cette disposition, l'huile reste dans la partie supérieure du vase et se rassemble dans le col, tandis que l'eau sort par le bec à mesure de la distillation. Cette carafe est appelée "réceptif florentin", du nom de la ville où il a été imaginé.

L'essence de roses est obtenue de la même façon. On cultive dans l'Orient pour cette distillation de grandes étendues de terrain, couvertes de cette fleur. L'essence de roses se fige à une température moyenne, on doit, pour la recueillir, maintenir l'eau à 138.2° F.; cette huile offre une masse cristalline transparente, d'un blanc verdâtre, d'une odeur très forte.

L'essence de menthe, dont la production est assez grande, s'obtient par la distillation de la menthe poivrée, séparée de sa tige. La qualité de cette essence dépend de l'espèce de menthe cultivée; celle de Mitcham, dans le comté de Surrey (Angleterre), est renommée par sa fraîcheur de goût et son odeur piquante. Dans la même série d'essence, on a celles de romarin, de lavande, de sauge, de thym, d'absinthe, de tanaïsie, d'estragon, etc.

Les essences de cannelle, de girofle, de poivre, de macis, ainsi que celles de bois de Rhodes, de sassafras, etc., sont préparées avec ces substances écrasées ou broyées grossièrement et distillées avec environ dix fois leur poids d'eau salée.

L'essence de noyaux ou d'amandes amères est obtenue par distillation du tourteau d'amandes dont on a extrait l'huile. On ne doit pas confondre cette huile essentielle avec l'essence "d'amande amère artificielle" ou essence de Mirbane qui est un produit chimique, dont on ne se sert que pour des préparations industrielles non alimentaires.

Esprits parfumés

Ces "alcools aromatisés", désignés sous le nom d'"alcoolats", sont chargés et im-

prégnés par la distillation des principes odorants de diverses substances.

Les essences contenues dans ces produits aromatiques se dissolvent par la chaleur et sont entraînées dans la distillation avec les vapeurs alcooliques. On ne peut obtenir du premier coup des produits nets de goût, il faut rectifier, c'est-à-dire distiller à nouveau la première distillation. On a ainsi des esprits parfumés absolument purs et débarrassés des produits inférieurs empyreumatiques, d'odeur et de goût désagréables.

Ces alcoolats donnent de meilleurs produits dans la fabrication des liqueurs que les essences. Par la vieillesse, ils gagnent beaucoup de qualité, tandis que les essences rancissent et deviennent mauvaises.

Voici les principaux esprits parfumés: parmi les plantes, on a les esprits d'absinthe, de mélisse, de menthe, de lavande, etc.; pour les plantes ou fleurs sèches, on prend 5-12 livres de ces produits pour 4.4 gallons d'alcool, et le double si on emploie des plantes fraîches.

Les esprits d'anis, de cannelle, de coriandre, etc., sont obtenus de la même façon, en employant, suivant la force aromatique de ces produits, la quantité voulue pour en saturer l'alcool.

Enfin, les esprits de citron, cédrat, orange, bergamotte, sont obtenus encore par la distillation du zeste de ces fruits.

Teintures alcooliques

Les teintures alcooliques sont des dissolutions alcooliques de différentes matières aromatiques opérées de manière à en fixer les principes. Ce sont généralement des substances résineuses, des racines, des plantes, enfin des produits dont l'emploi restreint n'en nécessite que des quantités minimales, mais d'une pureté absolue.

Les teintures de benjoin, de myrrhe, de tolu, de cachou, de storax, d'aloès, de musc, d'ambre, etc., se préparent en laissant macérer ces substances pendant quelques jours dans un matras avec de l'alcool à 185-194°. On facilite et on achève la dissolution au bain-marie. Après quelques jours de repos, on tire à clair et on filtre ce liquide.

On opère les teintures des matières sèches en les faisant digérer à une douce chaleur pendant huit à dix jours et en agitant de temps en temps. C'est ainsi que se préparent les teintures de cannelle, de girofle, de macis, de cardamome, de badiane, d'anis, de muscade; la quantité à employer est de 4.4 onces par 0.22 gallon d'alcool à 90°. On peut repasser sur le marc de l'eau-de-vie à 60° pour l'extraire; cette seconde infusion sert dans une nouvelle macération.

Pour les teintures de gentiane, de quinquina, de gayac, de rhubarbe, de gingembre, de galanga, la dose est de 5-14 onces

par 0.22 livres d'alcool; on opère de la même façon.

Pour obtenir la teinture d'iris, on emploie 5-14 onces d'iris de Florence en poudre; la macération s'opère à l'étau chauffée à 96.8-100.4° pendant quinze jours. Dans l'été, on peut faire cette infusion au soleil. Cette teinture aromatique, qui possède l'agréable parfum de la violette, s'emploie au lieu et place de l'extrait des fleurs de violettes.

La teinture de vanille et celle de safran se préparent avec 231-2 grans par 0.22 gallon d'alcool; après un mois d'infusion à une douce chaleur, on passe avec expression et on filtre.

On prépare aussi, avec les écorces zestées de citrons, d'oranges, de cédrats, de bergamotes et avec celles de curaçao, trempées préalablement, des teintures alcooliques; la quantité à employer est de 4.4 onces de zeste par 0.22 gallon d'alcool. On emploie ces teintures pour aromatiser les sirops, les glaces, les bonbons de préférence aux essences qui ont tendance à rancir.

Infusions

Les infusions, qui sont encore une sorte de teinture, se préparent à froid avec des fruits, des fleurs ou des plantes à l'état frais.

Telles sont les infusions de cassis, de cerises, de merises, de fraises, de framboises dont on fait les liqueurs que vous connaissez. On peut obtenir plusieurs infusions des mêmes fruits. La première se fait avec de l'alcool à 85°, la seconde avec de l'eau-de-vie forte à 56° et 60°. On met 1-10 gallon d'alcool par livre de fruit. L'infusion dure environ un mois.

On prépare l'infusion de brou de noix en prenant les noix en morve, c'est-à-dire lorsque le bois de la coquille n'est pas encore formé; on les écrase dans un mortier en marbre ou sur un billot au moyen d'un maillet pour éviter le contact du fer qui donnerait une infusion noire.

Ces préparations servent en général à faire des liqueurs. Les infusions de fruits rouges ne doivent pas être gardées trop longtemps, elles perdent de leur couleur et de leur qualité; celle de brou de noix, au contraire, demande plusieurs années pour acquérir le moelleux nécessaire à cette liqueur ordinairement dure et âpre.

Fabrication des liqueurs

Il y a trois sortes de liqueurs suivant le procédé de fabrication que l'on emploie:

1o Les liqueurs par essences, on leur donne le parfum qui les distingue par des essences composées que l'on dissout dans l'alcool; on leur ajoute un sirop pour les sucrer;

2o Les liqueurs par esprits parfumés; on emploie dans cette préparation les

LAW, YOUNG & CO.

MONTREAL.

CHAMPAGNE

POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix
sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
Ale & Stout....Daukes & Co.
Bénédictine.....Benedictine Co.
Bourgognes.....Bouchard père et fils.
Brandy.....Renault & Co.
Cherry Whisky (The Original) Fremy's
Claret et Sauterne.....Nathl. Johnston & Sons.
Crème Cacao ChouvaA. Droz & Cie.
Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
Gin London Dry“Gordon's.”
Ginger Ale Anglais.....“Schweppes.”
Lime Juice.....L. Rose & Co.
Liqueurs.....Marie Brizard & Roger.
Madère.....Leacock & Co.
Soda Anglais.....“Schweppes.”
Stout.....Wheeler & Co.
Tarragone.....Louis Quer.
Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
Vin de MalagaCrooke Bros.
Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
Vins de Porto et Sherries..“Mackenzie.”
Vins du Rhin et Moselle...Koch Lauteren & Co.
Whisky Ecossais.....“Kilmarnock.”
Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.

S. H. Ewing & Sons, Importateurs et Manufacturiers de

BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de
broche d'embouteilleurs, d'Étain en feuilles,
de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522

LES ENSEIGNES ELECTRIQUES

sont une annonce pour vous nuit et jour.
Sans contredit, c'est la méthode de publi-
cité la moins chère et la plus efficace
aujourd'hui. Nous avons une excellente
proposition à faire aux Marchands de la
plupart des cités canadiennes pour qu'ils
emploient les enseignes électriques.
Ecrivez-nous et nous vous enverrons des
circulaires.

THE MARTEL STEWART CO., LIMITED,
MONTREAL, Canada.



Cette Marque Célèbre
Mise en

Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et $\frac{1}{2}$ Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott, Ontario.

"NEW-YORK."

"CANADA."

esprits distillés avec les substances aromatiques, je viens de vous en parler;

3o Enfin les liqueurs dont les produits qui entrent dans leur composition sont distillés ensemble dans l'alcool après avoir été mis en macération; c'est la seule manière d'obtenir des liqueurs de qualité. Toutes les liqueurs de marque sont ainsi fabriquées.

Liqueurs par essences. — Leur préparation est des plus faciles, par un simple mélange de l'alcool parfumé avec le sirop de sucre.

Voici une formule pour la qualité fine:

Alcool 90°	0.66 gallon
Eau	0.88 gallon
Sucre	9.9 livres

Suivant la sorte que l'on veut faire, on emploie telle ou telle essence; la dose varie suivant la liqueur et l'essence.

Voici une recette d'anisette:

Essence d'anis	46.2 grs.
Essence de badiane . .	77.16 grs.
Essence de fenouil . .	7.7 grs.
Essence de coriandre .	3 grs.
Essence de sassafras .	6.1 grs.
Teinture d'iris	61.73 grs.

Toutes ces essences sont mises dans l'alcool et, après quelques heures de repos, on opère le mélange en versant le sirop fait avec l'eau et le sucre indiqués. Cette liqueur doit être filtrée au papier, ou, si on en a une certaine quantité, dans une chausse en laine; dans ce cas, la liqueur doit être délayée avec du papier à filtrer décheté très fin.

La crème de menthe se colore en vert clair; on emploie 61.73 grains d'essence de menthe anglaise pour la quantité de sirop et d'alcool indiquée plus haut.

La crème de noyau demande également cette quantité d'essence de noyaux, cette liqueur est blanche sans coloration.

Le curaçao est préparé avec 92.59 grains d'essence de curaçao et 61.3 grains d'essence d'orange. Pour donner de l'amertume à cette liqueur on ajoute 5 cent. d'infusion d'écorce de curaçao. On colore ce curaçao avec quelques gouttes de caramel fin.

On peut se procurer dans le commerce des essences combinées pour fabriquer toutes les sortes de liqueurs, on n'a plus alors à s'occuper des quantités d'essences à mettre pour chaque formule. On peut ainsi préparer la "Chartreuse", le Kummel et autres liqueurs spéciales; seulement les liqueurs faites dans ces conditions sont aussi mauvaises et pernicieuses que possible en raison des essences employées; comme goût et saveur, elles se rapprochent assez bien du type que l'on veut imiter, ce n'est pas, dans tous les cas, malgré la facilité de la préparation, une fabrication à encourager.

Liqueurs par esprits parfumés. — On se sert dans cette fabrication des alcools ou esprits distillés avec les aromates, selon la manière que je vous ai indiquée tout à l'heure.

On fait ces liqueurs de plusieurs qualités suivant la proportion d'alcool et de sucre.

La qualité fine est ainsi composée:	
Alcool ou esprits parfumés .	6.6 gal.
Sucre	110 liv.
Eau pure ou eaux distillées .	8.8 gal.

Cette quantité doit produire 22 gallons de liqueur que l'on complète au besoin avec de l'eau.

Voici une recette d'anisette pour 100 litres:

Esprit d'anis	2.6 gal.
Esprit de badiane . . .	13 gal.
Esprit de coriandre . .	0.44 gal.
Esprit de fenouil . . .	0.44 gal.
Teinture d'iris	0.11 gal.
Alcool à 90°	1.32 gal.
Sucre raffiné	110 liv.
Eau	7.9 gal.

Faire le mélange des esprits parfumés et de l'alcool, faire le sirop à chaud, sans laisser bouillir et mélanger le sirop froid en le versant sur les esprits; après un jour ou deux de repos, on filtre pour obtenir une anisette claire et limpide.

Voici une recette de curaçao:

Esprit de curaçao . . .	5.5 gal.
Esprit d'oranges fraîches	1.5 gal.
Infusion amère d'écorces de curaçao	0.11 gal.
Sucre	110 liv.
Eau	7.9 gal.

On opère comme pour l'anisette ainsi que je viens de l'indiquer. La coloration s'obtient soit avec du caramel fin, soit au moyen d'un colorant spécial préparé avec du bois de Fernambouc et de la crème de tartre, infusé dans l'alcool. On emploie aussi de l'"hématine", extrait du bois de campêche; ce colorant qui donne au curaçao une teinte orange foncée, rend cette liqueur rose si on y ajoute de l'eau.

Je ne m'étendrai pas davantage sur cette fabrication, ce que je viens de vous indiquer suffit pour vous initier à ces procédés de fabrication.

Liqueurs par esprits complexes. — Ces sortes de liqueur sont généralement fabriquées par d'importantes maisons de distillation qui se spécialisent avec quelques-unes, auxquelles elles apportent les améliorations nécessaires. Avec une publicité intelligente on impose en quelque sorte ces marques au consommateur.

Voici sommairement, quelques détails sur la fabrication de ces liqueurs:

Anisette. — Le type de l'anisette est celle de Bordeaux, douce, d'une saveur fraîche, très agréable; bien fondue dans tous ses éléments, elle est bien appréciée. Elle se compose en majorité de graines aromatiques: badiane, anis vert, fenouil, coriandre, ambrette, macis, bois de sassafras, etc.; distillées avec soin, ces substances aromatiques donnent un esprit parfumé que l'on rectifie encore à 85° pour l'avoir net de goût. On prépare

un sirop pour sucrer cette liqueur auquel on ajoute des eaux et des infusions blanches aromatiques.

Curaçao. — La qualité de cette liqueur dépend beaucoup de la qualité des écorces d'oranges amères que l'on emploie. Celles de "Curaçao" (île des Antilles) sont les plus estimées, aussi le nom lui en a-t-il été donné.

On prépare l'esprit de curaçao en distillant les écorces zestées et en rectifiant le produit. On ajoute aussi des zestes d'oranges fraîches, pour en adoucir et en rafraîchir le goût; enfin pour lui communiquer une légère et agréable amertume, on ajoute encore une infusion d'écorce de curaçao.

On prépare le sirop à chaud et on l'ajoute par dessus les esprits d'orange. On donne une légère coloration jaune orangée et après le collage et le filtrage on obtient une liqueur parfaite.

Le curaçao blanc se prépare avec les esprits rectifiés, on n'ajoute pas d'infusion d'écorce et le sirop doit être parfaitement blanc.

Le curaçao triple sec s'obtient en employant des esprits et infusions à un assez fort degré et en diminuant la proportion de sirop.

Les liqueurs de chartreuse se composent de plantes aromatiques: mélisse, hysope, menthe, génépi des Alpes, balsamite, thym, racine d'angelique, arnica, auxquelles on ajoute des semences aromatiques, épices, etc. La distillation de ces diverses substances s'opère de la façon habituelle, on donne la coloration avec le safran; enfin, cette liqueur est sucrée avec un sirop préparé à chaud et ajouté aux esprits distillés.

Toutes ces liqueurs ont à peu près la même composition, leur qualité varie suivant les eaux-de-vie employées et le temps de leur fabrication; elles demandent un certain âge pour atteindre la finesse et le moelleux que l'on recherche dans ces liqueurs, aussi les marques renommées en ont-elles toujours un stock considérable.

Sous le nom de "crèmes", on prépare des liqueurs très sucrées, leur fabrication est la même, elles sont moins alcooliques et plus sucrées; telles sont les crèmes de noyau, de vanille, de moka, de cacao, etc.

Les "liqueurs des Iles" encore des liqueurs douces, mais légèrement plus spiritueuses; elles sont préparées aux Antilles. Les unes sont faites avec des aromates et des produits pharmaceutiques; telles sont les crèmes de badiane, de café, de cacao à la vanille; d'autres avec des substances résineuses, des baumes aromatiques: le baume humain, le baume de vin, crème de cachou; enfin une autre série avec les délicieux fruits des tropiques; crème d'ananas, crème des Barbades, crème de bergamote, Fine orange, etc.

N'OUBLIEZ PAS QUE NOUS SOMMES LES AGENTS POUR

Mitchell's
Scotch
Whiskeys

Ph. Richard
& Cie
Brandies

En bouteilles et en fûts.

En bouteilles et en fûts.



LES
Bières et
Porter Anglais

DE
"DAUKES & CIE"

MARQUE
"SHIP"

Hiawatha

High Life

L'Eau Minérale
sans Egale.

Le Champagne
des Bières



LAPORTE, MARTIN & CIE, LTEE.
MONTREAL.

Liqueurs par infusion

Cette dernière catégorie de liqueurs est la moins compliquée. Ce sont des fruits infusés dans l'alcool et, après quelque temps de macération, on en retire le jus que l'on sucre en proportion convenable.

On prépare ainsi le cassis, dont la ville de Dijon a une renommée méritée en raison de la qualité du fruit récolté dans ses environs.

Le ratafia de merise de Grenoble a également une certaine réputation, cette liqueur douce est faite avec la merise dont on obtient le suc par sa cuisson, après une assez longue infusion dans de bonne eau-de-vie, on la décante et on ne lui ajoute que peu de sucre. Quelques aromates lui communiquent un parfum et un goût agréables.

Enfin, parmi les autres liqueurs obtenues par infusion, on remarque le "brou de noix", les ratafias de cerises, de framboises et de coings; le guignolet fait avec des cerises aigres et des cerises douces ou guignes.

Toutes ces excellentes liqueurs de fruits sont faciles à préparer; après avoir soutiré la partie liquide de l'infusion on lui ajoute du sirop de sucre et, après un repos suffisant, on la filtre ou, si on veut, ce qui est préférable, on la laisse reposer pour la tirer au clair.

LA LOI DES LICENCES DE QUEBEC

Comprenant tous les amendements à date

Titre et Application

(Suite).

SECTION XXIX.

DES POURSUITES

§ 1.—*Dispositions générales et procédure.*

CLXIII. Il est du devoir du percepteur du revenu de la province, nonobstant les dispositions de l'article 165, d'intenter une poursuite chaque fois qu'il a raison de croire qu'une contravention à la loi a été commise et que cette poursuite peut être maintenue.

CLXIV. Chaque fois qu'on demande au percepteur du revenu de la province d'intenter une poursuite, il peut, s'il a raison de croire que la poursuite ne peut être maintenue, exiger, de la personne qui demande que cette poursuite soit intentée, le dépôt d'un montant raisonnable pour couvrir les frais.

CLXV. Il est du devoir du percepteur du revenu de la province de poursuivre en justice les contraventions à la présente loi, chaque fois qu'il en est requis par une corporation municipale

et que cette corporation a assumé la responsabilité des frais à encourir.

Dans toute municipalité où une loi prohibitive est en vigueur, ou dont le conseil défend la confirmation de certificats pour obtenir des licences pour la vente des liqueurs enivrantes, il est du devoir du conseil de la municipalité de poursuivre toutes les contraventions à la présente loi, auquel cas la municipalité est responsable des frais, et reçoit les amendes perçues pour contraventions à la loi.

Dans les cas, cependant, où le conseil refuse ou néglige de poursuivre pour infraction à la loi après qu'il en a été notifié, le percepteur du revenu peut poursuivre les contrevenants, aux frais de la municipalité.

CLXVI. Le recouvrement des amendes et pénalités imposées par la présente loi ou par les règlements faits sous son empire, et des droits et honoraires exigibles sous la même autorité, doit se faire en la forme et devant les tribunaux ci-dessous désignés.

CLXVII. Toute poursuite doit être portée dans le district judiciaire où la contravention a été commise, ou dans celui de la résidence du contrevenant.

Si la contravention a été commise à bord d'un bateau à vapeur ou d'un autre bâtiment, la poursuite peut être intentée dans tout district judiciaire quelconque de la province.

Si la contravention a eu lieu sur les confins de deux districts voisins, où il est difficile de déterminer dans lequel de ces districts l'offense a été commise, la poursuite peut être intentée dans l'un ou dans l'autre.

CLXVIII. Pour toutes les choses auxquelles la présente loi se rapporte, le comté de Berthier formera partie du district de Richelieu pour fins judiciaires, et le comté de Verchères formera partie du district de Montréal pour les dites fins.

CLXIX. Toute action ou poursuite peut être, au choix du poursuivant, intentée devant la cour de circuit, mais sans droit d'évocation à la cour supérieure, ou devant deux juges de paix du district judiciaire, ou devant le juge des sessions ou devant la cour du recorder ou le recorder, ou devant le magistrat de police, le magistrat de district, ou tout autre officier ayant les pouvoirs de deux juges de paix, sujet aux dispositions de la section 842, sous-sections 3, 4, 5 et 6 du Code criminel, 1892.

CLXX. Dans la cour de circuit, la signification de la sommation et des autres procédures dans ces actions et poursuites, se fait de la manière prescrite pour les poursuites entre locataires et locataires.

CLXXI. Excepté en ce qui regarde les actions intentées devant la cour de

circuit, la signification de la sommation se fait par tout huissier ou constable nommé pour le district judiciaire où la poursuite est intentée, en laissant une copie certifiée par le magistrat, juge ou fonctionnaire qui a signé l'original, ou par l'avocat du poursuivant, au défendeur personnellement, ou à une personne raisonnable de sa famille, à son domicile ou à sa place d'affaires.

CLXXII. La signification par un huissier doit se faire sous son serment d'office, et celle faite par un constable se prouve par son rapport attesté sous serment devant un juge de paix dans le district judiciaire, ou devant le tribunal;—devant la cour de circuit, la signification des procédures et convictions se fait de la même manière que celle de la sommation.

CLXXIII. Devant la cour de circuit, sur toute poursuite intentée en vertu de cette loi, la procédure se fait sommairement et est celle établie pour les poursuites entre locataires et locataires par les articles 1150 à 1162 du Code de procédure civile.

CLXXIV. Sauf dans les cas où il est autrement prescrit dans cette loi, sur toute poursuite intentée devant deux juges de paix, un juge des sessions de la paix, un recorder, une cour de recorder, un magistrat de police ou de district, ou autre officier ayant les pouvoirs de deux juges de paix, les dispositions de la partie LVIII du Code criminel 1892, telle qu'amendée de temps à autre, et les dispositions des articles 2713 à 2720 des Statuts refondus sont applicables, à l'exception des mots suivants de l'article 857 du dit Code criminel: mais aucun ajournement ne pourra être de plus de huit jours, qui ne s'appliquent pas aux poursuites intentées en vertu de la loi des licences de Québec; mais aucun ajournement ne peut être de plus de trente jours.

Néanmoins il n'est pas nécessaire que les témoignages soient pris par écrit ou par sténographie. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 47).

CLXXIVa. Les dispositions des articles 237 à 250 du Code de procédure civile s'appliqueront aussi *mutatis mutandis*, aux poursuites intentées en vertu de cette loi devant les magistrats ou les recorders. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 48).

CLXXIVb. Aucune poursuite intentée en vertu de cette loi ne sera jugée ou entendue le jour où elle est appelée pour la première fois, à moins que le défendeur ne consente à confesser jugement ou qu'il n'ait donné avis par écrit de trois jours au poursuivant qu'il sera prêt à subir son procès tel jour. (5 Ed. VII, chap. 13, sec. 48) ou à moins que le poursuivant ne donne avis de la sommation signifiée au dé-

Commandes d'Importation pour le Printemps 1907.

EN LES PLAÇANT, N'OUBLIEZ PAS LES

Cognacs de la Maison
LUCIEN FOUCAULD & Co.

En Caisses et en Fûts.

Les Marques **Medico-Tonic**

== ★ et ★ ★ ★ ==

sont les plus populaires sur notre marché. On les trouve en vente dans tous les principaux établissements. Pour Prix et Renseignements, s'adresser à

BERNARD & LAPORTE, 253 & 255 Rue St-Paul, Montréal, Seuls Agents pour le Canada.

GIN "CROIX D'HONNEUR" **KIDERLEN**



POUR LES CONNAISSEURS.

En fait de Gins il ne s'est jamais importé au Canada aucune marque qui puisse être comparée au Gin "Croix d'Honneur." Du reste, c'est le Genièvre Extra des Connaisseurs Hollandais. Naturellement il coûte plus cher que le gin ordinaire, mais ses qualités lui ont déjà valu une vente immense dans ce pays.

S. B. TOWNSEND & CO., AGENTS POUR LE CANADA.

MONTREAL.

JOSEPH E. SEAGRAM, — DISTILLATEUR DE —
Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

"Old Times," "White Wheat," "No 83 Rye," "Star Rye."

MEAGHER BROS. & CO., Montreal, Agents.

fendeur que la cause sera instruite le jour fixé pour le rapport du bref.

CLXXV. Les actions ou poursuites pour contraventions à la présente loi sont portées au nom du percepteur du revenu pour le district dans lequel la contravention a été commise, ou au nom de la corporation ou du conseil de la cité, de la ville ou autre municipalité locale où cette contravention a été commise.

CLXXVI. Dans toute poursuite pour contravention à la présente loi intentée au nom du percepteur du revenu de la province, la plainte doit être signée par le percepteur du revenu de la province qu'il appartient ou son député.

CLXXVII. Toute poursuite intentée par une corporation municipale et le jugement rendu sur cette poursuite deviennent sans effet, si une poursuite est intentée par le percepteur du revenu de la province pour prévenir toute collusion entre les parties à l'action, et ne peut être plaidée contre cette seconde poursuite, à moins que le montant réclamé par cette corporation n'ait été payé de la manière voulue par la loi, ou que le défendeur n'ait subi l'emprisonnement auquel il a été condamné à défaut de paiement.

CLXXVIII. Dans toute procédure en vertu de la présente loi, la simple déclaration d'un percepteur du revenu de la province qu'il occupe cette position est une preuve suffisante de sa nomination et de son entrée en fonction au moment de cette déclaration; et, si un défendeur ou quelque personne, objectant à une procédure d'un percepteur du revenu de la province, nie la véracité de cette déclaration, il incombe à ce défendeur ou à cette personne d'en prouver la fausseté.

La même règle s'applique à la déclaration du percepteur du revenu de la province quant à l'étendue et aux limites de son district de revenu.

CLXXIX. Il n'est pas nécessaire d'alléguer, sur poursuite intentée en vertu de cette loi dans la déclaration, information, plainte ou sommation des faits négatifs ni aucun fait qu'il appartient au défendeur de prouver.

CLXXX. Dans toute poursuite en vertu de cette loi le véritable délinquant, aussi bien que le possesseur, locataire ou occupant des lieux, et, dans le cas de maisons de prostitution, toute habitante d'icelles, seront personnellement responsables des amendes et punitions qui peuvent être imposées à raison de toute infraction ou violation de la dite loi, nonobstant le fait que la contravention a été commise par une autre personne contre laquelle on ne peut faire la preuve qu'elle a ainsi agi sous ou d'après la direction de tel propriétaire, locataire ou occupant; et la

preuve que telle contravention a été commise par une personne quelconque à l'emploi de tel propriétaire, locataire ou occupant ou dont on souffre la présence dans l'établissement de tel propriétaire, locataire ou occupant, sera une preuve concluante que cette contravention a eu lieu avec l'autorisation et sous la direction de tel propriétaire, locataire ou occupant. A l'option du poursuivant, le véritable délinquant pourra être poursuivi conjointement avec tel propriétaire, locataire ou occupant ou séparément, mais les deux à la fois ne pourront être condamnés pour la même offense, et la condamnation de l'un d'eux suffira pour empêcher la condamnation de l'autre pour la même offense.

CLXXXI. En faisant la preuve de la livraison, gratuite ou autrement faite, ou de la consommation de liqueurs enivrantes, en violation de la présente loi, il n'est pas nécessaire de prouver qu'il y a eu tradition réelle d'argent ni consommation réelle de telle liqueur, si le magistrat ou le tribunal qui entendent la cause sont convaincus qu'une transaction de la nature d'une vente ou d'un autre mode d'aliénation a eu réellement lieu, ou qu'une consommation de liqueur allait avoir lieu; et la preuve de la consommation réelle ou intentionnelle, de telle liqueur dans le local licencié ou pour lequel une licence est requise en vertu de la présente loi par toute autre personne que l'occupant du dit local, constituera la preuve que telle liqueur a été vendue à la personne qui en a fait ou allait en faire la consommation, ou qui l'emportait ou allait l'emporter, contre le porteur de licence ou l'occupant du dit local.

CLXXXII. Dans toute poursuite intentée par un percepteur du revenu de la province en vertu de cette loi contre une personne non munie de licence, le percepteur peut à son choix poursuivre pour vente de liqueurs sans licence, ou pour l'offense spéciale que cette personne a commise et pour laquelle elle serait justifiable même si elle avait une licence.

CLXXXIII. On peut cumuler, dans une déclaration, information, plainte ou sommation, plusieurs contraventions commises par la même personne, pourvu que cette déclaration, plainte, information ou sommation, contienne une énonciation spécifique du temps et du lieu de chaque contravention;—en ce cas, les formules indiquées par cette loi sont modifiées *mutatis mutandis*, mais les honoraires accordés aux avocats ne sont pas plus élevés que s'il n'y avait eu qu'une contravention.

CLXXXIV. Devant tout tribunal, excepté la cour de circuit où les règles ordinaires de procédure concernant des

amendements doivent recevoir leur application, toute déclaration, information, plainte ou sommation portée devant un tribunal peut être amendée au fond et à la forme sans frais, sur requête du poursuivant, à cet effet.

Sur tel amendement, le défendeur peut obtenir un délai ultérieur pour faire sa défense et sa preuve.

CLXXXV. Dans toute poursuite intentée en vertu de la présente loi, s'il est demandé une suspension de la procédure ou une remise de l'instruction ou audition par la défense, cette suspension ou remise ne sera accordée que si les frais du jour ont été préalablement payés par la défense, lesquels frais devront comprendre un honoraire de trois piastres à l'avocat de la poursuite.

CLXXXVI. Tout homme marié vivant et résidant avec sa femme à l'époque d'une contravention à la présente loi, commise par cette femme, qu'elle soit ou non marchande publique, peut être poursuivi et condamné de la même manière que s'il s'était lui-même rendu coupable de cette contravention.

CLXXXVII. Dans toute poursuite intentée en vertu de la présente loi devant un tribunal autre que la cour de circuit, où les règles de procédure applicables entre locateurs et locataires quant à l'enquête doivent être suivies, le tribunal peut assigner devant lui toute personne qui lui est indiquée comme un témoin important de la cause; si cette personne refuse ou néglige de comparaître, en conformité de cette assignation le tribunal peut émettre un mandat pour son arrestation, si sur affidavits et d'après les circonstances de la cause, le tribunal est d'opinion que le témoin refuse de comparaître pour éluder les fins de la justice; sur ce, le témoin doit être conduit devant le tribunal, et s'il refuse de prêter serment, ou de donner son affirmation ou de répondre aux questions relatives à la cause, il peut être incarcéré dans la prison commune et y demeurer interné jusqu'à ce qu'il consente à prêter serment, ou à donner son affirmation et à rendre son témoignage.

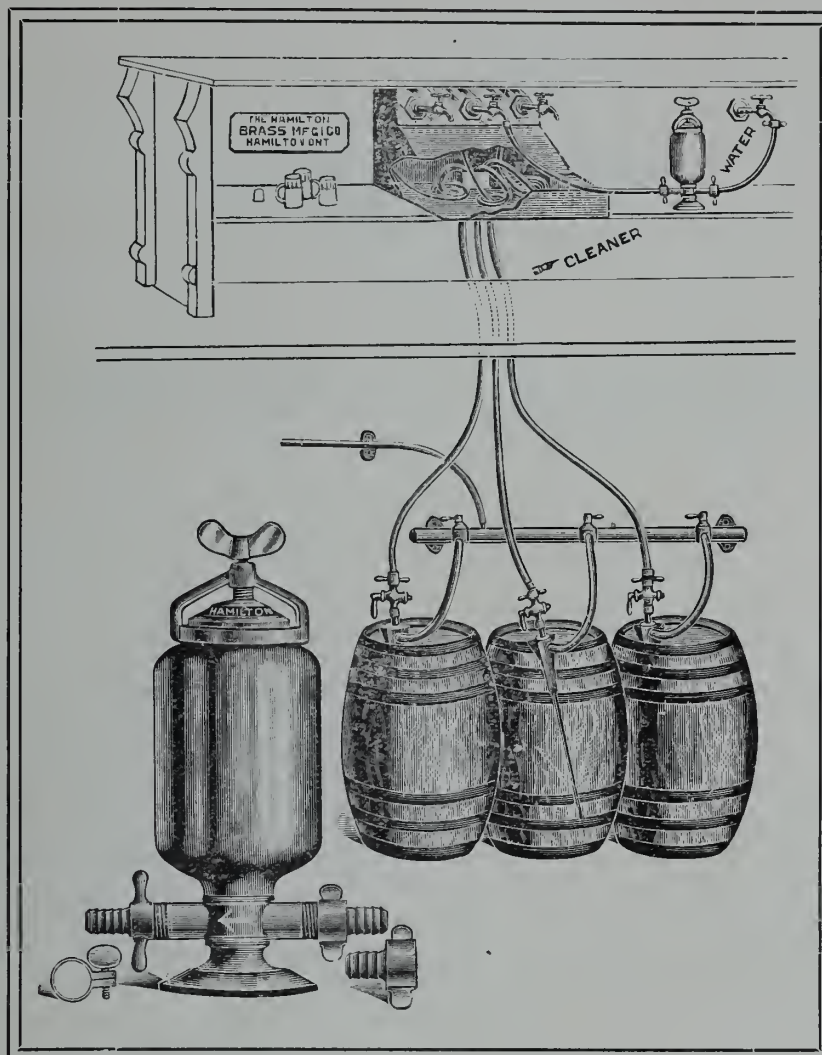
CLXXXVIII. Si une personne assignée à comparaître comme témoin pour rendre témoignage devant un tribunal en ce qui concerne toute matière relative à la présente loi, néglige ou refuse de comparaître aux temps et lieu fixés pour cette fin, sans causes raisonnables, de la validité desquelles le tribunal devant prendre connaissance de la poursuite doit juger, ou, lors de sa comparution, refuse d'être examinée sous serment et de rendre témoignage, elle encourt, pour chaque refus ou négligence une amende de pas moins de cinq piastres et n'excédant pas quarante piastres, et, à défaut de

Appareil à Nettoyer les Tuyaux à Bière

Pour avoir
DE LA
Bonne Bière

Vous devez avoir
DES
Tuyaux Propres.

En employant notre appareil à nettoyer les tuyaux à bière, vous pouvez toujours avoir vos tuyaux propres et exempts d'amer-tume et votre bière en bonne condition.



PRIX :

Appareil à nettoyer les tuyaux à bière, y compris 6 pieds d'assemblage de tuyaux et une douzaine de paquets de Composition.

\$7.00

COMPOSITION

**Nettoyant
Rapidement.**

**Par douzaine
de Paquets.**

\$1.50

En bronze massif, étamé fortement à l'intérieur et à l'extérieur.

Comme résultat de nombreuses années d'essais, notre chimiste expert a réussi à produire une composition chimique (exempte d'ingrédients nuisibles) pour nettoyer les Tuyaux à Bière, laquelle, employée avec notre Appareil à Nettoyer les Tuyaux à Bière, est absolument la meilleure, la plus rapide et la plus commode pour nettoyer tous les Tuyaux, Serpents, Pompes et Accessoires, par lesquels la Bière est tirée. Elle évite l'emploi d'eau chaude ou de vapeur, et les nombreux ennuis et mauvais résultats, qui se produisent avec les vieilles méthodes.

Chaque série peut être nettoyée, depuis le Robinet jusqu'à l'extrémité du Tube à Bière, en trois minutes. Instructions détaillées pour l'emploi avec chaque Appareil à nettoyer.

The Hamilton Brass M'f'g Co., Ltd.

327 Rue Craig Ouest, - - Montreal.

Telephone Bell, Main 3245 - Telephone des Marchands, 774

Bureau Principal et Manufacture; - - - HAMILTON, Ont.

païement, un emprisonnement de pas moins de dix ni de plus de trente jours, le tout, à la discrétion du tribunal, même dans le cas où la cause a été décidée, sans qu'elle ait comparu ou ait été entendue comme témoin.

CXXXIX. Sur demande de la poursuite ou de la défense, le tribunal peut à sa discrétion recevoir et faire prendre par écrit les dépositions des témoins alors présents, et remettre la cause à un jour subséquent qu'il fixe à cette fin.

CXC. Toute personne autre que le défendeur, examinée ou appelée comme témoin dans quelque action ou poursuite intentée en vertu de la présente loi, est tenue de répondre à toutes les questions qui lui sont posées et qui sont jugées pertinentes à la contestation, nonobstant toute déclaration de sa part que ces réponses peuvent faire connaître des faits tendant à la rendre passible de quelque pénalité imposée par la présente loi; mais cette preuve ne peut être invoquée contre elle dans aucune poursuite.

Toutefois, le percepteur du revenu de la province ne doit pas, quand il est appelé comme témoin, être requis de divulguer le nom du dénonciateur dans la poursuite, et, si on lui demande de le faire, il n'est pas tenu de répondre.

CXCI. Dans les poursuites intentées en vertu de la présente loi le défendeur est témoin compétent.

CXCII. Dans les poursuites pour vente de liqueurs enivrantes sans licence, il n'est pas nécessaire qu'il soit fait de preuve concernant la nature exacte de la liqueur vendue, ni qu'il soit fait mention de la qualité de liqueur vendue, excepté dans le cas où la quantité est essentielle pour créer l'offense, et alors il suffit d'alléguer la vente en plus ou en moins de cette quantité.

CXCIII. La précision rigoureuse du temps indiqué dans la plainte n'est pas requise dans la preuve pour obtenir une conviction; il suffit de prouver que la contravention a été commise dans le délai accordé par la loi pour telles poursuites.

CXCIV. Les dispositions de l'article 193 s'appliquent à toutes les poursuites y compris celles intentées pour vente de liqueurs enivrantes le dimanche.

CXCV. Dans toute poursuite intentée contre une personne non munie de licence en vertu des dispositions de la présente loi, l'indication précise du nom du défendeur n'est pas nécessaire dans la preuve faite pour justifier une conviction; la constatation d'identité du défendeur par le percepteur du revenu de la province ou d'un de ses officiers, assermenté, comme témoin, est suffisante, et aucune erreur dans le

nom du défendeur, ne doit invalider la conviction ou le mandat d'emprisonnement.

CXCVI. La production de la licence constitue une preuve suffisante du paiement du droit dû sur icelle, à moins que la poursuite n'établisse que le droit n'a pas été payé, auquel cas la licence obtenue sans ce paiement est considérée comme non valide.

CXCVII. Chaque fois que la cour est d'opinion que l'analyse d'une liqueur réputée enivrante est nécessaire pour les fins de cette section, les frais de cette analyse seront compris dans les frais taxés de l'action.

[A suivre].

REVUE GENERALE

M. Otto Zepf, de MM. Freyseng Cork Co., Ltd., nous avise que les affaires pour le printemps ont tout l'air de vouloir commencer cette année plus tôt que de coutume. A part la demande pour les bouchons qui augmente constamment, on reçoit des ordres en fournitures diverses pour embouteilleurs et fabricants d'eaux gazeuses.

* * *

Nous croyons savoir qu'un mouvement est sur pied pour établir à Montréal une nouvelle brasserie. L'intention des promoteurs de cette entreprise serait d'y intéresser un aussi grand nombre d'hôteliers que possible et d'en faire ainsi une sorte de brasserie coopérative.

* * *

M. James Cleghorn, de la maison John Hope & Co., qui est arrivé ces jours derniers d'un voyage étendu dans le Nord-Ouest et sur les côtes du Pacifique, nous informe que les affaires en vins et en liqueurs, promettent d'être très actives dans ces régions pendant le printemps.

Par suite des tempêtes de neige et des grands froids, il y a eu un retard considérable dans les expéditions faites par les marchands de gros du Nord-Ouest à leurs clients locaux, mais cet état de choses s'est sensiblement amélioré depuis quelques semaines.

M. Cleghorn ne croit pas que l'hiver rigoureux qui a sévi dans l'Ouest Canadien ait pour effet d'enrayer le mouvement d'immigration dans ces régions; au contraire, d'après les déclarations de personnes bien informées, on s'attend à ce que l'émigration soit plus forte en 1907 qu'elle ne l'a été durant les années précédentes.

Le voyage de M. Cleghorn n'a pas été sans péripéties; car le train transcontinental dans lequel il se trouvait a été bloqué pendant trois jours par les bancs de neige.

* * *

M. E. R. Carroll, gérant à Montréal de la Hamilton Brass Co., Ltd., nous dit que

les affaires n'ont pas cessé d'être actives depuis le commencement de l'hiver.

A part des installations complètes de bar, il s'est aussi vendu une quantité considérable de fournitures diverses.

PERSONNEL

M. Albert Robin, de MM. Albert Robin et Cie, de Cognac, est actuellement en voyage d'affaires au Canada. Après avoir visité les Provinces Maritimes et la Province de Québec, M. Robin a l'intention de se rendre dans le Nord-Ouest jusqu'à la Côte du Pacifique.

—M. J. G. Carrol, de la maison G. F. & J. Galt, négociants en vins et liqueurs en gros de Winnipeg, a passé plusieurs jours à Montréal dans la deuxième quinzaine du mois de février.

—M. J. O. Laporte, de MM. Bernard & Laporte, visite actuellement la région du Nord où il prend des commandes d'importation pour les nombreuses spécialités de la firme.

—M. Otto Zepf, a tout récemment visité Toronto pour assister à l'assemblée annuelle des actionnaires de la Freyseng Cork Co., Ltd.

—M. Charles Chaput, de MM. L. Chaput, Fils et Cie, est parti ces jours derniers pour le Sud des Etats-Unis où il passera plusieurs semaines de villégiature.

—M. T. J. Carrol, gérant général de la Hamilton Brass Mfg. Co., vient de passer plusieurs jours à Montréal.

—M. L. E. Geoffrion, de MM. L. Chaput, Fils et Cie, s'est rendu à Québec ces jours derniers avec une délégation de négociants en vins et liqueurs en gros pour obtenir des amendements à la loi des licences.

—M. Lawrence A. Wilson a tout dernièrement passé plusieurs jours à Québec pour affaires concernant les amendements à la Loi des Licences.

—M. James Cleghorn, de MM. John Hope & Co., est de retour à Montréal, après un voyage de trois semaines dans l'Ouest Canadien. Pendant son voyage M. Cleghorn a visité également Vancouver et Victoria.

—M. J. R. Douglas, de MM. J. M. Douglas & Co., vient de revenir à Montréal, après avoir visité les principales villes situées entre Winnipeg et Victoria, Colombie Anglaise.

LES VENDEURS ET LES POTS-DE-VINS

Dans un article au sujet des pots-de-vins qu'un acheteur peu scrupuleux peut demander du vendeur, un auteur écrit ce qui suit, dans "Salesmanship":

Nous savons tous qu'il y a des acheteurs qui peuvent être circonvenus, c'est-à-dire qui prêteront leur influence à un vendeur pour donner une commande en échange d'un pot-de-vin. Mais au cours de mes vingt ans d'expérience comme voyageur de commerce, une telle proposition ne m'a jamais été faite et nos voyageurs ont rarement à faire face à une telle demande. Aucun vendeur représentant une maison sérieuse ne s'abaisserait à de telles méthodes d'affaires. Aucun vendeur digne de ce nom ne serait assez



La Compagnie
de
Publications Commerciales

EDITEURS, IMPRIMEURS
RELIEURS, REGLEURS
ETC., ETC.

*Travaux en Noir et en Couleur
Soignés
et
Exécutés promptement.*

LA CIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES
DEPARTEMENT DE L'IMPRESSION
MONTREAL.



insensé pour permettre à un acheteur de le tenir en échec jusqu'à ce que celui-ci obtienne une partie de sa commission; et si le vendeur tourne la difficulté en augmentant le prix de ses marchandises, de manière à faire payer le pot-de-vin au patron de l'acheteur, il vole son client et fait du tort à sa propre maison. La manière de traiter un acheteur qui vous propose de lui abandonner une partie de votre commission consiste à refuser cette proposition d'une manière si nette que l'acheteur sera découragé et n'essaiera plus de cette manière de faire.

Naturellement, il ne faut pas confondre le pot-de-vin avec des bonus légitimes offerts par certaines maisons pour engager les clients à prendre leurs marchandises. Ici, il n'y a aucune déception et on ne peut pas surcharger le prix de vente; néanmoins, le système des bonus est souvent porté à des extrêmes, sujets à objections. La raison en est que des maisons concurrentes anxieuses d'enlever un ordre à un rival important emploient à des bonus extravagants l'argent qui devrait servir à améliorer les marchandises, bonus tels que de magnifiques vitrines pour étaler les marchandises.

Il n'est pas difficile à un bon vendeur de vaincre une concurrence de cette sorte; les mérites relatifs de ses marchandises et de celles du concurrent libéral plaideront sa cause pour lui. Bien plus, le marchand doit considérer qu'un acheteur d'une maison bien établie et bien connue profite de la haute réputation de cette maison. La renommée des marchandises qu'il achète amènera les clients à son magasin et ceci est plus important pour lui qu'un bonus.

Je me suis toujours refusé à donner des droits exclusifs aux acheteurs, dans une ville quelconque; mais dans certaines des plus petites villes, dont la population est de 1,000 à 1,500 habitants, par exemple, il ne serait pas raisonnable de refuser des droits exclusifs à des clients. Pour quelque raison, dont je serais heureux d'avoir l'explication, nos vendeurs sont importunés par certains marchands pour obtenir des droits exclusifs, tandis

que dans d'autres territoires, il est rare que des marchands fassent une telle demande.

DE L'ACTION ET ENCORE DE L'ACTION

Le problème de la publicité consiste aujourd'hui à réduire le temps nécessaire pour obtenir un effet cumulatif. Faites connaître immédiatement, à tout prix, l'article que vous avez à vendre, si vous voyez la moindre chance de rentrer dans vos dépenses avec profit. Une action prompte et beaucoup d'action, voilà ce qui est nécessaire. Au début, n'établissez pas d'une manière trop serrée les pourcentages de vos frais de vente. Si en dépensant 15 pour cent de vos ventes totales pendant les deux premières années, vous pouvez faire connaître vos marchandises d'une manière générale, tandis qu'en procédant lentement, vous feriez le même volume d'affaires en quatre ans, moyennant une dépense de 7 pour cent seulement, adoptez le premier plan. C'est manifestement le meilleur et le moins dispendieux.

Non seulement vous gagnerez deux ans, mais si votre produit constitue un progrès sur quelque autre chose, vous déplacerez quelque article rival qui, neuf fois sur dix, ne pourra jamais regagner à votre détriment le terrain perdu.

Une des choses étonnantes au sujet des prompts succès remportés par les méthodes modernes de publicité, c'est la rapidité avec laquelle certains articles plus anciens et de moindre mérite, ou aussi bons mais annoncés d'une manière moins libérale, tombent dans l'oubli.

Les habitants de l'Etat de New-York ont bu environ 11,000,000 de barils de bière en 1905. 12,000 personnes ont été employées à la fabrication de la bière. Le paiement des taxes, dans cet état, s'est élevé à \$103,000,000, la main-d'oeuvre a coûté \$10,000,000 et le matériel employé \$1,000,000. On y a employé 11,000 chevaux et des centaines d'automobiles pour transporter la bière des brasseries aux endroits de consommation.

QUELQUES MAXIMES

Soyez sévère dans l'appréciation de votre travail, afin que d'autres puissent le juger moins sévèrement.

Si un homme vous juge mal, pardonnez-lui. L'erreur est humaine, le pardon est divin.

Vous pouvez avoir à souffrir d'observer des principes, mais votre travail montrera le résultat de ces principes.

N'ayez pas deux sortes de morale, l'une pour votre intérieur, l'autre pour les affaires. Ce qui est juste est juste, ce qui est mal est mal.

Le véritable travailleur aime son travail et lui sacrifie tout plaisir.

Il peut y avoir bien des nuages dans votre vie de travailleur. Rappelez-vous que les plus beaux couchers de soleil ont souvent lieu après des journées nuageuses.

Hésitez à donner des explications, à moins qu'on ne vous en demande. On prend souvent les excuses pour l'aveu d'une faute.

Faites plus que ce pour quoi vous êtes payé. Souvenez-vous qu'il faut à certaines gens beaucoup de temps pour payer ce qu'ils doivent.

Laissez les gens critiquer votre ouvrage tant qu'ils veulent, mais ne permettez pas qu'on attaque à faux votre réputation.

Sachez plus de choses que n'en exige votre travail. Un changement est une chose commode.

Quand vous vous sentez découragé, recommencez et essayez de nouveau.

Il y a des personnes qui accomplissent beaucoup dans leur jeunesse; plus nombreux sont celles qui ont leur récompense dans leur vieillesse.

Ne soyez pas lâche. Le soleil n'aime pas briller sur ceux qui ont peur de leur ombre.

Rappelez-vous quelques-unes des choses que votre mère vous a enseignées quand vous étiez jeune; elles en valent la peine.

Vous pouvez frapper un cheval de trait, mais un cheval de course a besoin de sympathie et d'encouragement.



(Enregistré.)

== VENDEZ LE ==

GIN DE BURNETT

"LE LONDON DRY ORIGINAL,"

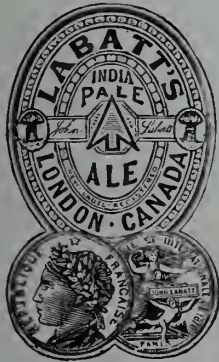
== Absolument le plus Fin! ==

J. M. Douglas & Co., Seuls Agents au Canada. Montréal.

AU COMMERCE

Maintenez votre approvisionnement d'ALE et de PORTER de

Labatt's



LES MEILLEURES
BIERES DE MALT
AU PAYS, ET LES
GENS LE SAVENT.

Vous êtes obligé de les avoir si vous voulez conserver vos clients. Si vous leur substituez d'autres marques, vos clients ne se plaindront peut-être pas, mais ils donneront leur clientèle là où ils obtiendront ce qu'ils veulent avoir.

Les meilleures Liqueurs Françaises sur le Marché Canadien sont celles portant la marque

GABRIEL VIARD, de Troyes, France.

MM. BERNARD & LAPORTE

253 & 255 rue St-Paul, Montréal

en ont en stock un assortiment complet et prennent des ordres d'importation.

La Célèbre Liqueur

Pur Abricot

qui a actuellement un si grand succès, est distillée par la maison

GABRIEL VIARD.

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE		La cse
G. Pernod..	...	13.50
H. G. Pernod..	...	15.00
Pernod Fils..	...	15.00
Legier Pernod	...	14.50

AMERS		
Amer Picon..	...	11.00
Sanchez Romate Hermanos	...	
Orange Sherry..	...	8.00
Unicorn Orange	...	qts. 7.00
Angostura	...	12 bot. 5.75
Celery	...	5.75
Jamaica	...	5.75

APERITIFS		
Dubonnet (1)	...	La cse
Litres	...	12.00
Massardier et Granjon	...	La cse
Quina-excellent [15 litres]	...	15.00
RR. PP. d'Oka.	...	La cse
Vin Phosphaté au Quinquina	...	9.00
Ulysse Thévenin.	...	La cse
Quinquina Jura	...	11.00
P. Taillan et Cie.	...	La cse
Fakyr	...	9.50
Violet Frères.	...	La cse
Byrrh..	...	12 litres.. 11.00
La bouteille..	...	1.00

BIERES		
S. Allsopp & Sons.	...	qts. pts.
No. 1 India Pale	...	2.55 1.62
Bass' (4)	...	qts. pts.
E. & J. Burke's Bottling..	...	2.65 1.65
C. G. Hibbert's Bottling	...	2.65 1.65
Bass' (6)	...	qts. pts.
Read Bros. Dog's Head.	...	2.65 1.70
Bass' (6)	...	qts. pts.
Boar's Head.	...	2.65 1.65
Bass & Co. (6)	...	In wood.
Hhds	...	40.00
Bbbs	...	28.25
India Pale, Kilderkins	...	15.69
India Pale, Firkin	...	8.90
W. E. Johnson's	...	
Compass Brand	...	2.65 1.65
Machen & Hudson (5)	...	qts. pts.
Marque "Beaver"	...	2.50 1.55
Tennants (6)	...	2.50 1.65
Pabst (1)	...	Quarts
Export, 10 doz.	...	12.75
Blue Ribbon, 10 doz.	...	13.75

BIGARREAU		
Nelson Dupoy	...	qts. pts.
Bigarreaux..	...	8.00 9.00
P. M. Loubrie & Cie	...	
Bigarreaux	...	9.00
L. A. Price (1)	...	qts. pts.
Bigarreaux au Marasquin	...	8.00 9.00
St-Hubert	...	
Bigarreaux au Marasquin..	...	8.50 5.00
Talbot Frères	...	
Bigarreaux au Marasquin..	...	7.00 5.90
Teyssonneau	...	
Bigarreaux au Marasquin..	...	10.00 6.00

BOURGOGNES BLANCS		
Bouchard, Père & Fils.	...	qts. pts.
Chablis..	...	8.00 9.00
Chablis, 1889..	...	11.75
Jules Boucheron, Père et Fils.	...	
Chablis	...	13.00 14.00
J. Calvet & Cie (6)	...	qts. pts.
Chablis	...	11.50 12.50
F. Chauvenet.	...	
Montrachet [marq. Guiche]	...	20.00 10.00
Chablis Supérieur..	...	7.25 8.25
W. D'Arcourt & Cie.	...	qts. pts.
Chablis	...	7.25 8.00
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	...	qts. pts.
Chablis..	...	8.50 9.50

Frédéric Mugnier	...	
Chablis..	...	8.00 9.00
Jules Régner & Cie	...	
Chablis Supérieur..	...	8.00 9.00
Chablis Moutonne..	...	10.00 11.00
Clos Blanc de Vougeot..	...	19.00 20.00

BOURGOGNES MOUSSEUX		
Bouchard, Père & Fils.	...	qts. pts.
Beaune..	...	16.00 17.00
Nuits..	...	18.00 19.00
Jules Boucheron, Père & Fils.	...	13.00 14.00
F. Chauvenet.	...	
"White Cap" [blanc]	...	23.00 25.00
"Pink Cap" [rose]	...	23.00 25.00
"Red Cap" [rouge]	...	22.00 24.00
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	...	qts. pts.
Nuits — rouge..	...	17.00 18.50
Jules Régner & Cie	...	
Nuits..	...	16.00 17.00
Clos Blanc de Vougeot..	...	19.00 20.00

BOURGOGNES ROUGES		
Bouchard, Père & Fils.	...	qts. pts.
Macon..	...	6.50 7.50
Beaujolais..	...	8.00 9.00
Beaune..	...	8.00 9.00
"Club"...	...	8.00 9.00
Pommard..	...	9.00 10.00
Nuits..	...	11.00 13.50
Chambertin..	...	16.00 17.00
Clos de Vougeot.	...	20.00 21.00
J. Calvet & Cie (6)	...	qts. pts.
Beaune..	...	1889.. 9.00 10.00
Pommard..	...	1887.. 11.50 12.50
Volnay..	...	1889.. 13.75 14.75
Chambertin..	...	1887.. 18.00 19.00

F. Chauvenet	...	
Clos-de-Vougeot.	...	25.50 26.50
Chambertin..	...	18.50 19.50
Romanée..	...	18.50 19.50
Corton [Clos-du-Roi]..	...	15.50 16.50
Nuits..	...	13.00 14.00
Volnay..	...	12.50 13.50
Pommard..	...	11.50 12.50
Beaune..	...	10.00 11.00
Moulin-à-Vent, Macon vieux	...	
Supérieur.	...	9.00 10.00
Beaujolais..	...	7.00 8.00
Macon [Cholx]..	...	6.50 7.50
W. D'Arcourt & Co.	...	qts. pts.
Macon	...	4.90 5.75
Pommard	...	5.65 6.50
Nuits St-Georges	...	7.25 8.00
Chambertin	...	8.50 9.50

A. Lalande & Cie (5)	...	qts. pts.
Macon..	...	4.40 5.40
Beaujolais..	...	5.00 6.00
Beaune..	...	6.00 7.00
Pommard..	...	6.60 7.60
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	...	qts. pts.
Beaujolais..	...	6.25 7.25
Macon..	...	6.50 7.50
Beaune..	...	6.75 7.75
Pommard..	...	8.50 9.50
Nuits..	...	13.00 14.00
Chambertin	...	16.50 17.50

Frédéric Mugnier	...	
Beaujolais..	...	6.00 7.00
Macon..	...	6.50 7.50
Beaune..	...	7.00 8.00
Pommard	...	8.50 9.50
Nuits	...	10.50 11.50
Chambertin	...	15.00 16.00
Jules Régner & Cie	...	
Beaujolais..	...	6.50 7.50
Macon..	...	7.00 8.00
Nuits..	...	8.50 9.50
Beaune..	...	9.00 10.00
Pommard..	...	11.00 12.00
Corton..	...	13.00 14.00
Chambertin..	...	15.00 16.00

Tache Romanée..	...	20.00 21.00
Clos Vougeot..	...	19.00 20.00

CHAMPAGNES

Ackerman-Laurance.	...	qts. pts.
"Dry-Royal"...	...	15.75 16.75
½ pts. paniers 1 doz ; pa-	...	
quets de 4 paniers..	...	18.00
Cardinal..	...	12.50 13.50
Cluny Père & Fils	...	
Extra Dry	...	20.00 22.00
Comte de St-Aubin	...	
Extra Dry	...	12.00 13.00
Deutz & Geldermann.	...	
Gold Lack, Sec, cuvée 1898.	...	29.00 31.00
Gold Lack, Brut..	...	31.00 33.00
Duc de Montlouis (1)	...	qts. pts.
Cuvée Réservee	...	10.00 11.50
Carte Noire	...	12.50 13.50
Carte D'or	...	14.00 15.90
Duc de Pierland..	...	14.00 15.00
Louis Duvau (5)	...	13.50 15.00

Alfred Gratien	...	
Réserve..	...	14.00 15.00
Heidsieck & Co. (5)	...	
Dry Monopole	...	31.00 33.60
E. Mercier & Cie, Epernay.	...	24.00 26.00
Moët & Chandon (4)	...	qts. pts.
White Seal..	...	28.00 30.00
Brut Imperial..	...	31.00 33.00
G. H. Mumm & Co. (6)	...	qts. pts.
Extra Dry..	...	28.00 30.00
Selected Brut..	...	31.00 33.00
Selected Brut .. 1898..	...	32.00 34.00
Selected Brut .. 1895..	...	38.00 40.00
Extra Dry, paniers 1 doz. ¼ B.	...	8.50
Extra Dry, paniers 2 doz. ¼ B.	...	17.00

Louis Roederer (1)	...	qts. pts.
Grand Vin sec	...	28.00 30.90
Vin Extra sec	...	28.00 30.90
Brut spécial Cuvée	...	30.00 32.00

Veuve Amlot	...	
Carte d'Or..	...	16.00 17.00
Carte d'Argent..	...	10.50 11.50
Veuve Chomedy	...	qts. pts.
Extra Dry	...	11.50 12.50
Veuve Bara Noël..	...	17.00 18.00
Veuve A. Devaux..	...	13.00 15.00
Veuve Pommery, Fils & Cie	...	
Sec, ou Extra Sec..	...	28.00 30.00
Brut [vin naturel]..	...	30.00 32.00
Victor Clicquot (10)	...	qts. pts.
Extra Dry & Brut	...	28.00 30.00
Fleur de Sillery	...	20.00 22.00
Marechal, Comte d'Erion.	...	13.00 15.00

CLARETS

A. Balayé & Cie.	...	qts. pts.
Haut Barsac	...	4.00 5.00
Haut Barsac, .. au gallon	...	1.05
Barton & Guestier (4)	...	qts. pts.
Floirac	...	5.00 6.00
Medoc..	...	5.25 6.25
Margaux..	...	5.50 6.50
St-Julien..	...	6.00 7.00
Batailley..	...	9.50 10.50
Pontet Canet..	...	11.00 12.00
Château Leoville..	...	20.00 21.00
Château Larose..	...	20.00 21.00
Château Margaux..	...	24.00 25.00
Château Lafitte..	...	24.00 25.00
Bordeaux Claret Co.	...	
Bon Bourgeois..	...	3.00 4.00
St-Julien..	...	3.50 4.50
Montferand..	...	4.00 5.00
Château Brûlé	...	5.00 6.00
J. Calvet & Co. (6)	...	qts. pts.
St-Vincent..	...	3.50 4.50
Medoc..	...	4.50 5.50
Floirac..	...	5.00 6.00
Margaux..	...	5.50 6.50

Nelson Dupoy.

Château de Montlys	6.25	7.25
Saint-Julien	6.00	7.00
Bataille	9.00	10.00
Pontet-Canet	1893....	10.00 11.00
Pontet-Canet	1887....	11.50 12.50
Leoville Barton	1889....	14.25 15.25
Smith Lafitte	1890....	14.75 15.75
Mouton Rothschild		

A. Carpentier & Cie.	qts.	pts.
Château Palmier	2.50	...
St-Emilion	4.50	5.00
St-Estèphe	6.00	7.00
Château d'Arville	7.00	8.00
Pontet-Canet	8.00	9.00
Au gallon	1.00	

Château Berges	3.50	4.00
Château Lascombe (1)	qts.	pts.
Margaux	2.25	3.00

Faure Frère.	qts.	pts.
Bon Bourgeois	3.00	4.00
Côtes	3.50	4.50
Bon-Ton	4.00	5.00
St-Emilion	4.50	5.50
Ch. Dugay	6.00	7.00
Floirac	4.50	5.50
Medoc	5.00	6.00
Margaux	5.50	6.50
St-Julien	6.00	7.00
Pontet Canet	9.00	10.00
Château Gruaud Larose	12.00	13.00
Côtes	le gallon.	1.00

Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Medoc, par caisse	4.00	5.00
St. Emilion, par caisse	5.00	6.00
St. Estèphe, par caisse	6.00	7.00
Pauillac, par caisse	7.00	8.00
St. Julien, Margaux, p. cse	8.00	9.00

L. Gaudin & Cie (1)	qts.	pts.
St-Julien	2.50	3.00
St-Estèphe	3.00	3.50
A. Guilhou Frère Aîné.	qts.	pts.
Bas Médoc	3.50	4.00
St-Estèphe	4.00	4.50
St-Julien	6.00	7.00
Pontet-Canet	6.50	7.50
Chat-Bataille	7.75	8.75

Nathaniel Johnston & Fils.	qts.	pts.
Ordinaire	4.00	5.00
Château Chamfleuri	4.00	5.00
St-Loube	4.75	5.75
"Club"	5.00	6.00
Medoc	5.50	6.50
Margaux	5.75	6.75
St-Julien	6.00	7.00
St-Estèphe	7.00	8.00
Château Dauzac	9.50	10.50
Pontet Canet	11.00	12.00
Margaux Supérieur	11.00	12.00
Château Beaucailhou	15.00	16.00
Château Leoville	19.00	20.00
Château Larose	19.00	20.00
Château Margaux	20.00	21.00
Château Lafitte	21.00	22.00

A. Lalande & Cie. (5)	qts.	pts.
1893 Medoc	4.40	5.40
1890 Floirac	4.40	5.40
1889 St-Julien	4.80	5.80
1893 St-Emilion	5.20	6.20
1890 St-Estèphe	5.20	6.20
1889 Château Pontet Canet	6.80	7.80
1889 Château Leoville	11.00	12.00
1889 Château Lafitte	14.00	15.00

Louis Perrier Fils.	qts.	pts.
Médoc	2.50	3.00
St-Estèphe	3.25	3.75
St-Julien	3.75	4.25
Léon Pinaud		
St-Julien	2.50	3.50
G. Pradel et Cie (2)	2.75	3.25
P. Vernot (2)	2.75	3.25

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co.	La cse
Manhattan, Martini, Tom Gin,	
Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	
rican	9.50

G. F. Heublein Bros. "Club" (5)

Manhattan, Martini, Whiskey,	
Vermouth, Old Tom, ou assortis.	12.75
G. Pradel et Cie	2.75 3.25
J. Bern et Cie	La cse
3 Stoiles, Etiquette dorée ..	qt. 7.75
3 Etoiles, Etiquette bleue ..	qt. 7.50

COGNACS

Bisquit, Dubouché & Cie (5)	La cse
★	qt. 9.50
10 years old	qt. 12.25
Old Liqueur .. 20 years old,	qt. 16.00
V. V. S. O. P. 55 years old,	qt. 45.00
Au gallon	4.00 @ 10.00

J. Borianne.	La cse
X X X	7.50
Au gallon	3.75 @ 4.75

Boulestin & Cie (1)	1 cse 5 cses
★★★	Qts. 10.50 10.25
★ Fluted	Qts. 12.00 11.75
1846	Qts. 45.00

Boutelleau & Co.	La cse
F. P. Quarts	9.50
F. P. Quarts (Dark)	9.50
F. P. Pints (2 doz)	10.50
F. P. Half Pints (4 doz)	11.50
F. P. 24 Flasks, sans verre ..	10.50
F. P. Imperial Flasks	10.50
One Diamond	10.50
Two Diamonds	O. B. 12.50
Three Diamonds .. V. O. B. ...	14.00
Four Diamonds X V. O. B. 1831..	16.00
.. .. 1824 ..	21.00

5 caisses à la fois, 25c de moins	
par caisse	
10 caisses à la fois, 50c de moins	
Au gallon [preuve] ..	4.00 @ 6.00
Boutelleau Fils.	La cse
V. S. O. P. 1855 ..	qt. 16.00
Doctor's Special ..	qt. 11.00
Paul Cardin.	La cse
Qts. 7.00; 24 flk. 8.00; 48 1-2 flk.	9.00
Châteaubel.	La cse
Quarts	8.00
Pints	9.00
Chouret et Cie. (7)	La cse
Quarts	10.50
Jules Coadon & Co. (6)	La cse
12 quarts	8.00
24 flasks	9.00
Au gallon	3.90 @ 4.50

Cognac Distillers Association.	La cse
★★★	vieux .. 9.00
V. O. ...	12 ans .. 12.00
V. S. O. P. ...	20 ans .. 15.00
X. X. O. ...	1858 .. 20.00
au gal	
3 grapes. ...	vieux .. 3.75
V. O. ...	4.00
1875. ...	Liqueur .. 5.50

Comandon & Co. (6)	La cse
Special	9.50
Reserve extra	10.50
★★ et X. O. ...	15.00
V. S. O. P. ...	16.50
Au gallon	4.50 7.50

H. Cottinaud & Cie	
★	7.00
★★	7.50
★★★	8.00
V. O. ...	8.75
V. S. O. ...	9.25
V. S. O. P. ...	11.75

Chs Couturier & Cie (2)	La cse
★★★	7.50
Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks,	
et 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Au gal.	
Quarts, Casks, etc. ...	3.80 @ 4.00

D'Angely.	La cse
XXX	6.50
De Lormont,	La cse

XXX	6.50
Dervos & Cie (1)	1 se 5 cses
Quarts	8.00 7.75
Pints	9.00 8.75
24 flasks n. c. ...	9.00 8.75

Paul Devaux.	La cse
Qts	7.50
Videaux XXX. ...	8.00

A. E. Dor.	La cse
★	9.00
★★	10.50
★★★	12.50

Clos de Réserve	
Grande Fine Champagne ..	12.00
V. Fournier & Cie.	La cse
7 ans	9.50
Médical	11.00
20 ans	12.50
Au gallon	
7 ans	3.90
Ordinaire	3.40 3.75

Marque Globe	
★★★★	18.00
★★★	16.00
★★	14.00

James Jeantry & Co.	
Spécial	8.00
★★★	9.50

Gabriel Dubois & Cie.	La cse
Etiquette or et rouge, qts. ...	9.50
Etiquette or et rouge, 24 flks. ..	10.50
Etiquette or et rouge, 48 ½ flks. ..	11.50
Etiquette Bleu argent, qts. ...	11.25
Etiquette Bleu argent, 24 flks. ..	12.25
Etiquette Bleu argent, 48 ½ flks. ..	13.25
Au gallon No 1	3.90
Au gallon No 2	4.30
Au gallon No 3	4.85

Félix Dubout Aîné.	La cse
Qts. ...	6.00
Pts. ...	6.50
48 1-2	7.50
M. Durand & Cie (1)	La cse
★★★★	Qts. 6.50
★★★★	Pts. 6.50
★★★★	½ B. 7.50
16 flasks	1.50
24 flasks n. c. ...	6.00
32 flasks	6.75
48 1-2 flasks n. c. ...	7.00
Par 5 cses, 25c. de moins.	

P. Frapin & Cie.	La cse
★	qt. 9.50
Medical	qt. 10.50
20 years old	qt. 13.00
25 years old	qt. 16.00
30 years old	qt. 19.00
Au gallon	4.00 @ 7.00

Fromy & Rogee (6)	La cse
Medical Reserve	10.00
Medical Reserve V. O. ...	12.50
Gonzalez, Staub & Cie (1)	La cse
Quarts	Ord. 9.00
Pints	10.60
24 Flasks	10.00
48 Flasks	10.00
1 Etoile	Qts. 11.50
3 Etoiles	Qts. 14.00
V. S. O. ...	Qts. 16.50
V. S. O. P. ...	Qts. 18.25

Jas. Hennessy & Co.	qts.	pts.
★	13.00	14.00
★★	16.00	...
V. O. ...	17.25	...
S. O. ...	25.00	...
X. O. ...	35.00	...
X. S. O. ...	45.00	...
Extra	60.00	...

James Henry & Co.	La cse
Qts. 6.25; 24 flk. 6.75; 48 1-2 flk.	7.75
Robert Henry.	La cse
Wired Quarts	8.00

Jimenez & Lamothe.	La cse
XXX	qt. 11.00

V. S. O. P...	qt.	15.50
1890...	qt.	18.00
1865...	qt.	20.00
Au gallon...	4.25 @	4.35
P. Lagrange & Fils.	La cse	
Gold Cup, V.O.	qts.	7.00
Gold Cup, V.O.	pts.	7.50
Gold Cup, V.O.	48 1-2	8.50
Le Féry et Cie	La cse	
3 Etoiles		8.00
Legrand.	La cse	
Quarts...		7.00
24 Flasks...		8.50
Lemeau Frères		7.50
Marie Brizard et Roger	La cse	
Fleur de France, 1 fleur	qts.	10.00
Fleur de France, S.O.P.	qts.	16.00
Fleur de France, C.V. 1858	qts.	25.00
F. Marion & Cie (2)	La cse	
★★★	Qts.	6.00
Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks,		
Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.		
	Au gal.	
Quarts, Casks, etc.	3.40 à	3.75
Martell & Co. (4)	La cse	
Une Etoile...	qt.	12.75
3 Etoiles...	qt.	16.00
V. O.	qt.	17.25
V. S. O. P.	qt.	18.75
V. V. S. O. P.	qt.	38.00
Denis Mounie & Cie (7)	La cse	
Pure Grape	qts.	12.00
Au gallon	4.20 à	4.60
J. Nicolet & Cie.	La cse	
Quarts...		7.50
24 Flasks avec verre		9.00
Au gallon [preuve]	3.65	4.25
Jocques Nicot & Co. (10)	La cse	
1 Etoile. 12 Bout.		9.00
2 Etoiles. 12 Bout.		10.00
3 Etoiles. 12 Bout.		11.50
V. O. 12 Bout.		12.00
V. S. O. 12 Bout.		13.00
V. S. O. P. 12 Bout.		14.00
Réserve 1870. 12 Bout.		16.00
Réserve 1865. 12 Bout.		17.00
Réserve 1858. 12 Bout.		18.00
Pour ordres d'importations d'au moins		
30 caisses, s'adresser aux agents.		
Otard, Dupuy & Cie.	La cse	
Spécial.	qts.	9.50
Une étoile...	qts.	12.00
Deux étoiles...	qts.	14.00
Trois étoiles...	qts.	16.00
V. S. O. P.	qts.	17.50
Parville et Cie (2)	La cse	
★★★	12s. qts.	5.00
V. Pinot & Cie (1)	La cse	
★★★	qts.	6.00
★★★	pts.	7.00
★★★	1/4 bottl.	7.50
V. O.	qts.	7.00
V. O.	pts.	8.00
16 flasks		7.00
24 flasks n. c.		6.75
32 flasks		7.25
48 1-2 flasks n. c.		7.50
Par 5 cses, 25c. de moins.		
C. Pluchon & Cie (1)	1 cse 5 cses	
Quarts		7.25 7.00
E. Puet.	La cse	
★	qts.	9.50
Au gallon.	4.00 @	7.00
Quantin & Co. (6)	La cse	
★★★	qts.	9.50
Au gallon	4.25 @	5.50
O. Quillet & Cie.	La cse	
Quarts		5.50
24 Flasks		6.50
48 Flasks		7.50

J. Rémy		
Quarts...		6.50
Flasks		7.50
1-2 flasks		8.50
Renault & Cie.	La cse	
★	qts.	10.00
V. O.	qts.	12.00
3 étoiles S. V. O.	qts.	15.00
V. S. O. P.	qts.	21.00
Club...	qts.	18.00
50 Years Old...	qts.	40.00
Au gallon...	4.00 @	10.00
Fh. Richard (2)	La cse	
S. O.	qts.	22.50
20 ans flutes	qts.	17.50
V. S. O. P.	qts.	12.25
V. S. O.	qts.	10.50
V. O.	qts.	9.00
Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.	Au gall.	
Richard	3.40 à	6.00
Jules Robin & Cie. (4)	La cse	
Quarts...		9.50
24 Flasks...		10.00
Marc Roger et Cie	La cse	
12 quarts		8.50
Sazerac de Forge & Fils.	La cse	
Quarts...		9.50
Flasks...		10.25
Au gallon...		4.25
J. Sorin & Cie.		
Au gallon...	de 3.75 @	5.00
O. Tesson & Cie.	La cse	
Trois étoiles...	qts.	6.50
Pints...		7.50
Half Pints...		8.50
16 Flasks imp.	sans verre.	8.00
24 Flasks...	sans verre.	7.00
48 1/2 Flasks...	sans verre.	8.00
Au gallon...	5 à 6 U. P.	3.60

EAUX

Apenta Hungarian, Aparient (5)	La cse	
25 Quarts		6.25
50 Pints		9.50
Sparkling Splits		5.50
Apollinaris (5)	La cse	
50 Quarts...		7.50
100 Pints...		10.50
100 Splits...		8.50
Cantrell & Cochrane (4)	La doz	
Belfast Ginger Ale...		1.40
Club Soda...		1.40
Seltzer...		1.40
Potass Water...		1.40
Dry Imperial Ginger Ale		1.50
Hiawatha (2)		
Naturelle, 1-2 gals.	12s	4.75
Naturelle, 1-4 gals.	50s	7.50
Gazeuse	qts. 50s	7.50
Gazeuse	pts. 100s	10.50
Gazeuse	splits 100s	8.50
Jewsbury & Brown.	La doz	
Soda Water...		1.40
Dry Ginger Ale...		1.40
Quinine Tonic...		1.45
Potass Water...		1.40
Libertyville Crystal Spring (1)	La cse	
Quarts. 50 Bout.		7.50
Pints. 100 Bout.		10.50
Splits 100 Bout.		8.50
Rubinat.	La cse	
Sources Serres purgatives.	50	
bttles		9.50
Schweppe's, de Londres.	La doz	
Soda Water Co. Cylindres, pour 2.	1.35	
Soda Water, Bombays.	pour 3.	1.50
Soda Water, Splits.	pour 1.	1.10
Dry Ginger Ale.		1.35
Seltzer...		1.40
Potass Water...		1.40
St-Galmier.	La cse	
Source Badoit.		6.00

S. Romain "le Puy"	La cse	
Sources Parot ou Fontfort		6.50
Vichy.	La cse	
Célestins, Grande Grille, Hôpital,		
Hauterive...		10.00
Principale...		7.00
La Capitale, 50s. (2)		7.50
Sanitas, 50s.		8.00
" 1-2-100s.		9.50
" Splits 100s.		7.50
Vichy	La cse	
Source St-Charles		8.00
Source Aubert		7.50
Vichy St-Yorre	La cse	
Source St-George.		8.00
Bassin de Vichy (1)	La cse	
Source St-Louis		8.00
Vittel	La Cse	
Grande Source		10.50
Source Salée		10.50

GINS

Blankenheym & Nolet.	La cse	
Marque 'Clef', C'ses Rouges...		17.50
Marque 'Clef', C'ses Vertes...		5.00
Marque 'Clef', C'ses Violettes		5.00
En cruchons vieux...		9.50
Au gallon...	de 3.05 @	3.20
John de Kuyper & Son (4)	La cse	
Caisses Rouges	15s.	11.75
Caisses Vertes	12s.	6.25
Caisses Violettes	24c.	5.50
Au gallon	3.15 à	3.30
P. Hoppe, "Night Cap" (1)	La cse	
Rouges		10.65
Jaunes		11.00
Vertes		6.25
Bleues		6.00
Violettes		2.50
Au gallon	3.05	3.25
P. Hoppe, "Imperial" (1)	La cse	
Rouges		10.50
Vertes		5.00
Violettes		2.45
Melchers, de Berthierville	La cse	
Croix Rouge. Caisses Rouges...		11.25
Croix Rouge. Caisses Vertes...		5.85
Croix Rouge. Caisses Violettes...		5.00
J. J. Melchers	La cse	
Honey Suckle, Cruch verre		9.00
Honey Suckle, Cruch. pierre		9.00
P. Melchers	La cse	
Juniper Tree. Caisses Rouges...		9.50
Juniper Tree. Caisses Vertes...		4.50
Juniper Tree. Caisses Violettes...		2.25
Au gallon. 1/2 Casks...		3.00
Au gallon. Octaves...		3.05
Au gallon. 1/2 Octaves...		3.10
Netherland's Steam Disty. Co. (1)	La cse	
Kiderlen's "Croix d'honneur".		
Caisses Rouges...		11.00
Caisses Vertes...		5.25
Caisses Violettes...		2.50
Cruchons verre—12s 3 gals.		11.75
Cruchons verre—24s 3 gals.		12.75
Cruchons verre—12s 5 gals.		17.50
J. & W. Nicholson & Co. (10)	La cse	
Old Tom		8.25
London Dry		8.00
Sloe		12.50
A. C. A. Nolet, Schiedam (5)	La cse	
Caisses Rouges...		10.75
Caisses Vertes...		5.75
"The Real" Dry		7.10
Old John (2)	La cse	
Caisses Rouges	15s	9.75
Caisses Vertes	12s	5.25
Caisses Pony	24s	4.50
Van Dulken Weiland & Cie	La cse	
Bouteilles Noires.		
Violettes, 11-2 gallon, 12 Bout.		4.95
Vertes, 11-2 gallon, 12 Bout.		4.95

Vertes, 2 gallons, 12 Bout.	5.85
Rouges, 3-2 gallons, 15 Bout.	10.75
Rouges, 4 gallons, 15 Bout.	11.25
Bouteilles Blanches.	
Violettes, 1-2 gallon, 24 Bout.	5.50
Bleues, 1-2 gallon, 12 Bout.	5.25
Bleues, 2 gallons, 12 Bout.	6.50
Jaunes, 3-2 gallons, 15 Bout.	11.20
Jaunes, 4 gallons, 15 Bout.	11.75
Wynand-Fockink.	La cse
12 Cruchons..	10.00
12 Bouteilles ..	9.50

LAGERS

Beauport.	La doz.
Pts. 2 doz à la caisse ..	.60
Splits 4 doz à la caisse ..	.35
Miller Brewing Co. (2)	Le Brl.
Marque "High Life", 10 doz. .	12.50
Marque "Buffet", 10 doz. .	12.90
Malt Extract, 8 doz. .	15.60

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine	qts.	pts.
12 litres..	19.50	21.00
Briand & Jaquet (1)	La cse	
Cherry Whiskey ..	7.50	
Blackberry Brandy ..	7.50	
Cherry Brandy ..	7.50	
Crème de Mente ..	9.00	
Curacao Orange ..	9.90	
Sirop de Grenadine ..	7.00	

Marie Brizard & Roger, fondée 1755.

Anisette..	13.50
Curacao, Orange ou Blanc..	12.50
Marasquin..	13.00
Kummel, Superfin. .	12.00
Kummel Crystallisé. .	12.50
Green Peppermint..	13.00
Crème de Menthe, Blanche..	13.00
Cherry Cordial. .	12.00
Cherry Brandy..	12.00
Blackberry Brandy..	12.00
Kirsch..	11.00
Bitter Triple..	12.00
Liqueurs assorties..	13.00
Crème de Menthe Verte. .	13.00
Crème de Moka. .	13.00
Crème de Cassis ..	13.00
Crème de Noyau ..	13.00
Eau-de-vie de Dantzick..	13.00
Orange Bitters..	9.50
Punch au Kirsh..	11.00
Peach Brandy..	12.00

F. Cazanove, Bordeaux.

Liqueurs du Père Kermann	
Jaune. .	qts. 14.25
Jaune. .	pts. 16.75
Verte..	pts. 16.75
Peppermint. .	11.25
Anisette..	11.25
Curacao Rouge..	qts. 13.25
Curacao Rouge. .	pts. 14.00
Maraschino. .	11.00
Kummel Crystallisé..	12.75
Cherry Brandy..	13.50
Crème de Prunelles..	17.25
Crème de Cacao..	14.00
Crème de Menthe verte..	11.00
Crèmes assorties..	12.00
Punch au Rhum..	11.50
Crème de cassis..	10.00
Cordiales assortis..	12.00
Kirsch Cazanove. .	13.25
Kirsch Figeroux..	10.50
Absinthe Regnier..	13.25
Absinthe Figeroux..	12.00
Rhum Ste-Luce..	14.50
Rhum Kingston..	11.75
Bitter Figeroux..	9.00
Vermouth..	11.00
Sirop de Grenadine..	8.00
Crème de Mandarines..	13.50
Crème de Fine Champagne. .	12.50

Delizy & Dolstan	qts.	pts.
Curacao ..	12.00	

Marasquin ..	12.00
Kummel ..	12.00
Liqueur jaune ..	15.00 6.00
Liqueur verte ..	16.00 17.00

Alex Droz & Cie.	qts.	pts.
Crème Cacao-Chouva..	16.00	17.00

Nelson Dupuy.	qts.	pts.
Maraschino..	12.00	
Grenadine..	8.50	

Frémy Fils.	qts.	pts.
Cherry Whiskey, [Chesky]	16.00	17.00
Orange Whiskey..	14.00	

N. Fricquet & Cie

Cherry Whisky ..	12 qts.	8.50
Cherry Brandy ..	"	8.50
Blackberry Brandy ..	"	8.50
Peach Brandy ..	"	9.90
Apricot Brandy ..	"	9.90
Crème de Menthe ..	"	9.00
Crème de Menthe Boule, 12 litres	12.00	
Crème de Vocoa ..	12 qts.	8.50
Crème de Noyau ..	"	9.00
Kirsch ..	"	9.00
Kummel ..	"	9.90
Marasquin ..	"	9.00
Curacao ..	"	10.00

Crème de Vocoa .. 12 qts. 8.50

Crème de Noyau .. " 9.00

Kirsch .. " 9.00

Kummel .. " 9.90

Marasquin .. " 9.00

Curacao .. " 10.00

J. Gallifet & Cie.

Anisette..	Litre 12	13.00
Crème de Cacao ..	Litre 12	14.00
Crème de Cassis ..	Litre 12	13.00
Crème Fine Champagne	Litre 12	
Crème Peppermint..	Litre 12	13.00
Eau de Vie Dantzick..	Litre 12	14.00
Fine Prunelle	Stone jar 12	14.00
Kirsch vieux..	Litre 12	13.00
Kummel ..	1/2 Litre 12	11.00
Liqueur jaune ..	Litre 12	14.00
Liqueur jaune ..	1/2 Litre 24	15.00
Liqueur verte ..	Litre 12	14.50
Liqueur verte..	1/2 Litre 12	15.50
N'Importe quoi ..	Litre 12	12.50

Gaston Gaudin Fils.

Cherry Brandy..	qts.	6.50
Cherry Whiskey ..	qts.	6.50
Blackberry Brandy ..	qts.	6.50
Apricot Brandy..	qts.	6.50

Liquor des Pères Chartreux

de Tarragone.	La cse
Liqueur Jaune ..	12 litres 23.00
Liqueur Jaune ..	24/2 " 24.50
Liqueur Verte ..	12 " 27.50
Liqueur Verte ..	24/2 " 29.00

Jules Lamothe.

Cherry Whiskey ..	qts.	9.00
Melrose Drover Ltd.		
Cherry Whiskey..	11.00	

Frédéric Mugnier.

Crème de Menthe Verte..	11.00
Cherry Brandy..	11.00
Cacao l'Hara à la Vanille ..	12.50
Kirsch **..	11.00
Prunelle de Bourgogne. .	12.50
Crème de Framboises..	12.25
Fine Bourgogne, 12 lit..	20.00
Crème de Cassis..	11.00
Fine Bernard..	15.00
Grenadine..	8.50
Anisette..	11.00
Kumel..	12.00

Tournil & Fleury (2)

Anisette ..	qts.	8.00
Crème de Menthe ..	8.00	
Crème de Cacao ..	8.00	
Crème de Cassis ..	8.00	
Curacao ..	8.00	
Sirop Grenadine ..	6.00	

Chartreuse St-Denis (2)

Verte ..	qts.	10.50 11.50
Jaune ..	10.50	11.50

Pollen & Zoon

Persico ..	10.50
Parfait Amour ..	10.50
Crème de Vanille ..	10.50

G. Terrand.

Petite Chartreuse..	12	18.00 19.00
Gabriel Viard, Troyes (10)	12	24/2

Chartreuse jaune ..	22.00	24.00
Chartreuse verte ..	24.00	26.00
Pur Abricot [the genuine]	28.00	30.00
Marasquin, bout. d'origine	22.00	24.00
Viardictine de l'Abbaye St.		

Urbain .. 20.00 22.00

Curacao, triple sec .. 20.00 22.00

Peppermint [Menthe verte] 20.00 22.00

Cassis Imperator .. 20.00 22.00

Crème de Cacao, Schouwa

à la vanille .. 20.00 22.00

Crème de Moka .. 20.00 22.00

Anisette Extra fine, Cru-

chons ou flacons .. 20.00 22.00

Curacao quadruple sec .. 22.00 24.00

Pour ordres d'importation, 25 caisses

minimum, s'adresser aux agents.

Wilson.

Blackberry Brandy.. 9.00

Wynand Fockink.

Anisette Blanche.. 10.00

Crème de Thé .. 10.00

Crème de Vanille.. 10.00

Crème de Cacao .. 10.00

Crème de Mocha .. 10.00

Crème de Violettes .. 10.00

Curacao Orange.. 10.00

Curacao Blanc.. 10.00

MADERE

Blandy Bros. (2)

Very Superior.. 8.50

Special Selected .. 10.50

London Particular.. 13.00

Cossart, Gordon & Co. (5)

Au gallon.. 2.50 à 9.00

Manuel Pico.

Au gallon.. 3.50 à 4.50

Rutherford & Browne.

Au gallon.. de 2.50 @ 10.00

MALAGA

Blandy Bros. (2)

Etiquette Bleu — pâle-doux. . 7.50

Etiquette Blanc—pâle.. 10.00

Adolfo de Torres y Hermanos. .

Au gallon.. de 2.50 @ 5.00

J. Pron & Cie.

Au gallon.. 4.75

MOSELLE

Deinhard & Co. (4)

Brauenberger.. 9.00 10.00

Piesporter .. 10.00 11.00

Berncastler Doctor. . 15.00 16.00

Crown Sparkling.. 18.50 20.00

Nonpareil Sparkling.. 24.50 26.00

Frederick Krote.

Sparkling.. 16.00 17.00

Kock, Lauteren & Co., [fondée en 1719].

Zeltinger.. 8.50 9.50

Brauenberg.. 12.00 13.00

Pisport. . 13.00 14.00

Scharzberg — 1895. . 18.00

Sparkling Moselle.. 18.00 19.50

Johann Schlitz

Winneger .. 6.00 7.00

Braünberger .. 8.50 9.50

Sparkling .. 17.00 18.00

Hocheimer .. 17.00 18.00

Cabinet .. 23.00 25.00

Joh. Bapt. Sturm.

Sparkling Moselle.. 15.50 17.50

Sparkling Hock.. 15.50 17.50

P. J. Valckenberg, Ltd. Worms R

Piesporter .. 8.50 9.50

Zeltinger .. 9.00 10.00

Braünberger .. 15.00 16.00

Berncastler Doctor .. 16.50 17.50

MUSCATS

J. Pron & Cie.
Au gallon 3.00

OLD TOM & DRY GINS

Batts. La cse
Old Tom 6.50
London Dry 6.50

Boords. La cse
Old Tom 7.25
London Dry 7.25

Booth (4) La cse
London Dry 8.00
Old Tom 8.00

Club
Old Tom 6.50
Old Tom au gallon 3.00

Cold & Co. (1) La cse
Marque Beaver Qts. 5.75
Marque Beaver Pts. 6.75
London Dry Qts. 6.00
London Dry Pts. 7.00

Colonial
London Dry 6.50

Gordon
London Dry 7.50
Old Tom 7.50

Hill's & Underwood (6) La cse
London Dry 7.50
Old Tom 7.50

Imperial Wine Co. (6) La cse
London Dry 6.50
Old Tom 6.50

A. C. A. Nolet (5) La cse
"The Real" Dry 7.10

Thorne.
Old Tom 7.50
London Dry 7.50

Wilson
Royal Crown Old Tom 6.50
Au gallon 2.00 @ 3.00

OPORTO

Feuerheerd Bros. & Co. (7) La cse
Pioneer 12.00
Commendador 16.00
Au gallon \$2.75 à \$ 9.00

Blandy Bros. (2) La cse
Invalid's Special 12.00
Good Fruity 7.50

J. W. Burmester La cse
Royal 5.00
Crusado 6.00
Rich Douro 9.00
White Port 11.00
Old Crusted 12.00
Royal Dry Superior 18.00

J. M. Caselles y Tarrats
Au gallon 1.00 à 1.50

Cockburn, Smithes & Co. (4)
Tawny La cse. 16.00
Au gallon 2.75 @ 7.00

Croft & Co. (6)
Au gallon 2.40 @ 7.50
A la caisse 7.00 @ 24.00

Geo. H. Delaforce.
"Trocadero" qts. la cse. 9.00

Robt. Delaro & Co. (2)
"Antique" qts. la cse. 7.00
Garcia Hijos (2) 8.50

Gulmaraens & Co. (6)
Invalid's Reserve La cse. 7.50
Au gallon 2.25 @ 5.50

Hunt, Roope, Teage & Co.
Au gallon 2.00 @ 5.50

Oliva Morez y Ca.
Old Tawny 5.50

MacKenzie & Co. Ltd.
Au gallon 2.50 @ 10.00

A. Rizat et Cie (2) 2.50

Robertson Bros. & Co.
Medal Port No 1 16.00
Medal Port No 2 13.00
Favorita Oporto 8.00
Au gallon 1.50 @ 6.50

Sandeman & Co.

Superior Old 12.00
"Club" 18.00
"1890" 25.00

Au gallon 2.50 @ 15.00
T. G. Sandeman & Sons (5)
Au gallon 2.75 @ 9.00

Silva & Cosens.
Dow's Admiral La cse. 16.50
Au gallon 2.50 @ 14.00

Manual Tosta (2) 6.50
T. Ventura & Co. (2) 4.50

PORTER ANGLAIS

S. Allsop & Sons qts. pts.
Guinness 2.55 1.60

Read Bros. "Dog Head" 2.60 1.65
Guinness' (4) qts. pts.
E. & J. Burke, bottling 2.60 1.65

W. E. Johnson & Co. qts. pts.
Marque Compass 2.55 1.65
Machen & Co. (6)
Marque Pelican 2.60 1.65

Machen & Hudson (5)
Marque "Beaver" 2.50 1.50

RHUMS

Batt Bros. qts. pts.
Jack Tar 8.00 8.75

Boivin, Wilson & Cie. qts. pts.
Black Joe 8.00 9.00
No 7 7.00 8.00

Marie Brizard & Roger. qts. pts.
Ste-Croix 12.00
P. S. Clément 11.00

Jamaïque au gallon 5.00
E. & J. Burke (4) qts. pts.
Jamaica 9.50

Dandicolle & Gaudin (1) qts. pts.
Lion 8.00 9.50
Royal 0.00 11.00

St-Marc 0.00 9.50
Tom & Topsy 7.50 8.50
Sambo 7.25 8.25

Diamant Noir La cse
Quarts 7.75

Diamantin.
Quarts 8.00

Habitation L'enfant noire [Martinique]
La cse
Litres 13.00
½ Litre 10.50

Galibert & Varon (10) qts. pts.
Kaioa Habitation 10.50 12.50
Vieux Rhum 12.00 14.00

Carmencita (Jamaica) 13.00 15.00
H. G. Kewney & Co. (5) qts. pts.
Old London Dock—1 Etoile 7.75
Old London Dock—3 Etoiles 8.75

Red Heart. qts. pts.
A la caisse 10.50

Navy Reserve (6) qts. pts.
Jamaica 9.00

J. B. Sherrieff & Co.
Marque "Bell" 9.00
Marque "Bell", 36 o. p. au
gallon 5.00

Marque "Blue Star", 36
o. p. au gallon 4.75

Talbot Frères. qts. pts.
"Fine Fleur" 8.00 9.00
"Fine Fleur" ½ pt. 10.00
Lilacs 7.50

Thorne. qts. pts.
Marque "Lion" 8.00
Liquid Sunshine 9.50

Turner (2) La cse
Quarts 7.60
Pints 8.00
½ Pints 9.00

Uncle Tom. La cse
Qts. 8.00
Flasks, 24 8.00
Western Glow 7.50

SAUTERNES

A. Balayé & Cie.
Graves 4.25 5.25
Graves — au gallon 1.10

Barton & Guestier (4) qts. pts.
Haut Sauternes 12.50 13.50
Graves 6.00 7.00

Barsac 8.75 9.75
Château Yquem 24.00 25.00

J. Calvet & Cie (6) qts. pts.
Graves 5.25 6.25
Sauternes 5.50 6.50
Haut Sauternes 1901 11.50 12.50

A. Carpentier & Cie. qts. pts.
Château des Roches Noires 7.25 8.25
Haut Sauternes 9.00 10.00
Au gallon 1.00

J. Dutrenit & Cie. qts. pts.
Graves 3.50 4.50

Faure Frères. qts. pts.
Sauterne 4.00 5.00
Sauterne 5.00 6.00
Haut Sauterne 8.00 9.00

Château Barsac 6.50 7.50
Château Yquem 15.00 16.00

Galibert & Varon (10) qts. pts.
Graves 4.00 5.00
Barsac 7.00 8.00
Haut Sauternes 8.00 9.00

Château Yquem 18.00 19.00

L. Gaudin & Cie (1) qts. pts.
Ordinaire 5.50 6.50
Haut Sauternes 9.00 10.00

A. Guilhou Frère Aîné qts. pts.
Sauternes 4.50 5.25
Haut Sauternes 5.00 6.00
Graves Martillac 6.00 7.00

Jimenez & Lamothe. qts. pts.
Sauternes 6.00 7.00

Nathaniel Johnston & Fils. qts. pts.
Barsac 6.00 7.00
Sauternes 6.00 7.00
Graves 6.00 7.00

Haut Sauternes 11.50 12.50
Château Yquem 20.00 21.00

A. Lalande & Cie (5) qts. pts.
1890 Graves 4.80 5.80
1888 Barsac 5.20 6.20

J. Latrille. 6.25 6.00

Lecompte & Morel (2) 2.75 3.25
Vigneau & Cambours (2) 3.50 4.00
Gustave Vigneron (1) 3.00 4.00

Louis Maignen & Co. 3.25 4.25

SHERRIES

D. Goni Feuerheerd (9)
Caisnes 16.00
Au gallon 3.00 à 9.00

Alvarez & Co. au gallon 1.25
Blandy Bros. (2)
Manzanilla La cse 8.50
Amoroso La cse 11.00

J. M. Caselles y Tarrats.
Au gallon 1.00 à 1.50

F. W. Cosens & Co.
Au gallon de 2.00 @ 10.00

Richard Davies.
Au gallon 1.50 @ 5.00
Pedro Domacq (5) au gallon 1.25 @ 9.00

Feuerheerd Bros. & Co. (7) La cse
Emperador 16.00
Corona 12.00

Manuel Gamboa Ramirez (6)
Au gallon 1.25 @ 4.50
A la caisse 4.50 @ 12.00

Jose Gomez (2) La cse 8.50
Corona 12.00

Gonzalez & Byass
Royal La cse 5.00
Favorita La cse 6.00
Club — 1870 La cse 9.00

Amoatillado La cse 12.00
Orange La cse 8.00
Au gallon 1.50 @ 5.00

P. Juanito & Co. (2)	La cse	6.50
Levert & Schudel — au gallon..	1.25	
Mackenzie & Co. Ltd.		
Au gallon.. ..	1.50 @	10.00
M. Misa (4) au gallon	1.50 @	6.00
Oliva Morez y Ca.	La cse	
Golden Sherry	5.50	
J. P. Pémartin.		
Au gallon.. ..	de 2.00 @	15.00
Robertson Bros. & Co.		
Amontillado	La cse....	16.00
Manzanilla	La cse....	13.00
Olorozo	La cse....	8.00
Au gallon.. ..	1.75 @	7.50
Sanchez Hermanos (2)	La cse	4.50
Sandeman Buck & Co. (Julian Pémartin)		
Pale Dry.. ..	La cse.	12.00
Montilla Fino, very dry.	La cse.	12.00
"Club"	La cse.	18.00
Selected Old.. ..	La cse.	33.00
"Jubilee"	La cse.	50.00
Au gallon.. ..	de 1.50 @	10.00
Sobrinos de Vda X. Harmony y Ca.		
Pedro Ximenez	la cse	\$12.00
Vin Sherry, gallon	0.90 à	\$8.00
A. R. Valdespino & Co. (6)		
Au gallon	de 1.25 @	6.50
A la caisse	de 5.00 @	15.00
B. Vergara.		
Au gallon.. ..	1.50 @	4.50

TARRAGONES

Bonsom & Cie.		
Au gallon.. ..	85c à	1.20
Darichez M. (4) au gallon..	1.00 à	3.00
Sociedad Export-Tarra.		
Au gallon	85c. à	2.50

VERMOUTH

Dolin Chamberizette (2)	La cse	8.00
Cte Chazalette & Co.	7.00	
E. Martinazzi & Co. (Italien) (1)	6.50	
Martini et Rossi.. .. (Italien)..	7.50	
Noilly, Pratt & Co.	7.00	
Freund Ballor & Co. .. (Italien)..	6.75	
P. Ricardo Forino (2)	6.50	

VINS D'OPORTO

Wiese & Krohn (10)		
Tinto Novo	gallon	1.50
Caisse 12 qts.	5.50	
Tinto Novo No 1	gallon	2.15
Ligittimo No 1	gallon	3.90
Caisse 12 qts.	7.50	
Particulier	gallon	3.50
Invalid Port	cse 12 qts.	10.00

VIN DE GINGEMBRE

Batt Bros.	La cse	
.. ..	3.25	
O	3.50	
OO	3.75	
OOO	4.50	
Boivin, Wilson & Cie.	La Cse	
Quarts	4.50	
Au gallon	1.29	
Cold & Co.	4.00	

VIN DU RHIN

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Laubenheimer.. ..	7.00	8.00
Nierstein.. ..	8.50	9.50
Rudesheim	15.50	16.50
Liebfraumilch	17.00	18.00
Hockheim.. ..	18.00	19.00
Marcobrunn	21.50	
Johannesberg.. ..	25.00	
Steinwein [cruchons]. ..	11.00	12.00
Sparkling Hock	17.50	19.00
Frederick Krote	qts.	pts.
Laubenheimer.. ..	5.75	6.75
Niersteiner.. ..	6.75	7.75
Rudesheim.. ..	10.00	11.00
Hochheimer.. ..	10.00	11.00
Steinwein.. ..	11.00	12.00
Liebfraumilch.. ..	14.50	15.50
Johannisberger.. ..	17.00	18.00
Royal Scharzberg.. ..	20.00	21.00
Sparkling Hock, blanc ..	16.00	17.00
Sparkling Hock, rouge ..	18.00	19.00
Kock, Lauteren & Co., fondée en 1719.		

	qts.	pts.
Laubenheimer.. ..	7.00	8.00
Bodenheim.. ..	7.50	8.50
Nierstein.. ..	8.50	9.50
Steinwein in Boxbeutels....	11.00	
Rudesheim.. ..	15.00	16.00
Liebfraumilch.. ..	15.00	16.00
Giesenheim.. ..	16.00	17.00
Hochheim.. ..	18.00	19.00
Johannisberg.. ..	21.00	22.00
Claus Johannisberg—1893 ..	30.00	
Sparkling Hock.. ..	18.00	19.50
Johann Schlitz.		
Bodenheimer.. ..	6.00
Hohnheimer.. ..	6.50
Laubenheimer.. ..	7.00
Niersteiner.. ..	8.00
Oppenheimer	9.00
Hochheimberg	9.50
Johannisberg.	15.00
Joh. Bapt. Sturm.		
Winniger.. ..	6.75	7.75
Niersteiner.. ..	7.75	8.75
Hockheimer.. ..	9.00	10.00
Rudesheim.. ..	9.00	10.00
Liebfraumilch.. ..	14.00	15.00
Rudesheimer Berg.. ..	15.50	16.50
F. J. Valckenberg, Ltd. Worms R. (6)		
Laubenheimer	7.50	8.50
Niersteiner	9.00	10.00
Rudesheimer	12.50	13.50
Liebfraumilch—1893	18.50	19.50
Johannisberger—1893	25.00	26.00

VINS TONIQUES

Biquina	8.00	
Castro (5)	La cse	
1 Seal port.. ..	5.00	
3 Seal port	6.00	
Dubonnet (1)	La cse	
Litres	11.00	
Red-Heart.. ..	9.00	
P. Taillan & Cie.	La cse	
Fakyr	9.50	
Ulysse Thevenin.		
Quinquina Jura	11.00	
Vin Mariani.. ..	10.00	
Vin St-Michel.. ..	8.50	
Vin Vial	12.50	
Vino Don Lorenzo....	7.00	
Violet Frères, Byrrh Wine.		
Litres.. ..	11.00	
La bouteille	1.00	
Wilson's Invalid's Port..	8.00	

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye (1)	La cse	
Screw top, 16 flasks	6.00	
Screw top, 24 flasks	6.25	
Screw top, 48 flasks	7.25	
Glass stop, 24 flasks	6.50	
Glass stop, 48 flasks	7.50	
Perfection Brand Rye (1)		
Glass stop, 32 flasks. Amber ..	6.50	
Rock & Rye	12 qts.	7.90
Rock & Rye	24 flks	8.00
Monopole Rye.		
Quarts.. ..	7.00	
16 flasks.. ..	7.50	
24 flasks.. ..	6.50	
32 flasks.. ..	8.00	
48 flasks.. ..	9.00	
Parker's. High Wines 50. o. p.	gal.	
En quarts.. ..	3.90	
En 1-2 quarts.. ..	3.95	
Quantités moindres.. ..	4.00	
Red Selter 1895	La cse	
Quarts	8.00	
Special Quarts	7.00	
Special Imp. Pints	9.50	
Special Imp. 1-2 Pints	8.00	
Special Flasks	8.00	
Royal Rye	La cse	
Quarts.. ..	7.00	
16 flasks.	7.50	
32 flasks.	8.00	

48 flasks.	8.50	
Crème de Menthe	90.00	
Shield Rye	La cse	
Quarts	6.00	
16 flasks.	6.50	
32 flasks.	7.00	
48 half flasks.. ..	7.50	
Jos. E. Seagram.	La cse	
"Star" Rye	qts.	
"Star" Rye	Flasks, 32s.	
"Star" Rye	Flasks, 64s.	
White Wheat	qts.	
White Wheat	Flasks, 32s.	
No. "83" Rye	qts.	
No. "83" Rye	Flasks, 16s.	
Unicorn.	La cse	
Quarts	6.00	
24 Flasks	6.50	
48-½ Flasks	7.50	
Hiram Walker & Sons (5) (8)	La cse	
Canadian Club, 5 years old.	qts..	9.00
Canadian Club.. ..	Flasks, 16s..	9.50
Canadian Club. .. ½ Flasks, 32s..	10.00	
Imperial	qts..	7.50
Imperial.. ..	Flasks 16s..	8.00
Imperial.	½ Flasks 32s..	8.50
.. ..	au gal.	
Canadian Club—5 years old.....	3.60	
Imperial.	2.90	
Rye.	25 U. P..	2.25
Malt.	25 U. P..	2.25
Wilson	La cse	
Empire Rye.. ..	qts..	8.00
Empire Rye.. ..	flasks..	9.00
Empire Rye.. ..	½ flasks..	10.00
Liquid Sunshine.. ..	7.00	9.00
Moonlight.. ..	qts..	6.00
Moonlight.	Flasks 16s..	6.50
Moonlight.	Flasks 32s..	7.00
Moonlight.	Flasks 36s..	7.25
Moonlight.	Flasks 64s..	8.00
J. P. Wiser & Sons, Ltd.		
Recreation	La cse	
12 Bout. Rondes.. ..	qts.	5.00
12 Flks.	Imp. qts.	7.00
16 Flks.	Imp. pts.	5.50
32 Flks.	Imp. ½ qts.	6.00
36 Flks.	Travellers	6.00
Canada Whiskey	La cse	
12 Bout. Rondes	qts.	7.00
20 Flks.	Imp. pts.	8.50
32 Flks.	Imp. ½ pts.	8.00
60 Flks.	Imp. ¾ pts.	8.00
Red Letter	La cse	
12 Bout. Rondes	qts.	8.00
Whiskey Clair	La cse	
12 Bout. Rondes	qts.	5.00
H. Corby Distillery Co.	La cse	
I. X. L.	qts.	8.07
Purity, Flasks, 32s	7.65	
Purity, Flasks, 32s	7.65	
Corby's Canadian Rye,....	qts	5.40
Corby's Canadian Rye, Flasks		
32s	6.00	
Corby's Whiskey Blanc ..	qts.	5.50
WHISKEY ECOSSAIS		
James Ainslie & Co. (1)	1 cse 5 cses	
O'Gilvie, quarts.	7.00	6.75
O'Gilvie, 24 flasks.. ..	7.75	7.50
O'Gilvie, Imperial quarts. ..	9.50
Ainslie, Yellow label.. ..	9.00
Ainslie, Ord. flasks.	10.25
Ainslie, Imperial quarts ..	13.50
Ainslie, White label	9.75
Ainslie, Special.. ..	10.50
Ainslie, Extra Special. ..	12.50
Ainslie, Clynelish [Smoky].	13.00
John Begg	La cse	
Capsule rouge	9.50	
Capsule blanche	10.50	
Capsule bleue	12.50	
Special Reserve	18.00	
Big Ben (1)	1 se 5 cses	
Quarts [10 years old]	11.00	10.75
Balmoral.		

Quarts.....	7.50	Mullmore 24s	pts.	7.50	12 Quarts.....	6.75
Pts.....	8.50	Mullmore 48s	½ flks.	9.00	32 Square Flasks.....	8.50
24 flasks.....	8.50	Mullmore 24 Imp. qts. Flasks ..	10.00	48 Square Flasks	8.00	
12 Imp. Flasks.....	11.00	Glen Ogle 12 Btles rdes ..	qts..	12 Imp. Quart. .. Oval Flasks....	10.50	
24 Imp. 1-2 flasks.....	11.50	Heather Dew 12 Btles. rdes qts..	8.00	24 Imp. Pint. ... Oval Flasks....	11.00	
Au gallon.. .. 6 à 7 O. P..	3.90 @ 4.25	Heather Dew 12 Imp. Flks. qts.	11.25	48 Imp. ½ Pint .. Oval Flasks....	12.50	
Bulloch, Lade & Co. (4)	La cse	Heather Dew 10 oz. Flks. ..	12.00	Royal Lochnagar	La cse	
Loch Katrine.....	qts..	Special Reserve 12 Btles. rdes..	9.00	O.....	9.50	
Loch Katrine	32 Flasks..	Special Reserve Pts. 24s ..	10.00	OOO.....	10.00	
Loch Katrine. Imp. Qt. Flasks..	11.00	Special Reserve Imp. Flks. 24s	11.75	Scotch Marchant	La cse	
Special White Label.. ..	9.50	Finest Old Scotch 12 Btles. rds..	12.50	Special Old Highland Whisky. .	10.00	
Extra Special Gold Label.. ..	11.00	Grey Beard Stone Jars ..	12.50	par 5 caisses.....	9.75	
Burns, Leslie & Co.		E. S. L. Decanters ..	9.50	par 10 caisses	9.50	
Glennell.. ..	qts..	E. S. L.	qts.	J. B. Sherriff & Co.	La cse	
Robt. Dale & Co. (2)	La cse	White Star Liqueur	qts. 10.50	Old Islay.....	10.00	
Quarts	12s 5.00		Au gal.	V. O. Islay.....	10.25	
Flasks	24s 6.00	Old Scotch Proof	Quarts. 3.50	Islay, 10 o. p. au gallon..	4.25	
½ Flasks	48s 7.00	Heather Dew	3.45 à 4.00	Islay V. O. preuve, au gallon..	5.25	
Peter Dawson	La cse	Special Res. Scotch Proof. Qts.	4.00	Whisky Ecossais		
Perfection.....	9.75	Special Res.	3.50 à 4.50	Strathcona	9.50	
Special.....	10.50	Extra Spec. Liqueur ..	4.75 à 5.00	Stuart, Campbell, & Co.		
Extra Special.....	9.50	Wallace Moir,		Quarts.....	6.50	
Liqueur.....	12.25	Imperial Quarts.	12.00	Flasks	7.50	
Old Curio, 20 years old	15.00	Hugh McAdam & Co.	La cse	1/2 Flasks.....	8.50	
Au gallon.. ..	4.00 @ 7.00	Imp. Oval qts.	7.50	Imperial Quarts.....	9.50	
John Dewar & Sons, Ltd.	La cse	Ord. Oval qts.	5.50	John Walker & Sons.	La cse	
Dominion Blend.....	qts.	Ord. Oval pts.	6.50	Kilmarnock.....	10.00	
"Special".....	qts.	24 Flasks, Stoppers	6.50	Wilson.	La cse	
Blue Label.....	qts..	48 ½ Flasks, Stoppers	7.50	Braê-Mar.....	qts.... 8.00	
Special Liqueur [W. Label] qts..	12.50	Hugh McAdam & Co.		Braê-Mar.....	flasks.... 9.00	
Extra Special Liqueur.....	qts..	32 Flasks, stoppers	7.00	Braê-Mar.....	½ flasks.... 10.00	
5 cses d'une sorte ou assorties, 25c la	cse en moins.	Alex. McArthur & Co.		Wright & Greig.	La cse	
Roderick Dhu	La cse	Quarts	7.50	Premier.....	12.00	
Quarts.....	9.50	Flasks	8.50	Grand Liqueur.....	20.00	
Alex. Ferguson & Co. (10)	La cse	Imp. Quarts	11.00	WHISKEY IRLANDAIS		
Fine et vieille liqueur 20 ans d'âge	15.00	D. P. McDonald & Sons.	La cse	E. & J. Burke (4)	La cse	
Club Liqueur	13.50	Long John, extra quality.	10.00	Quarts.....	8.50	
P. & O. Special Liqueur, 10 ans	10.00	Long John, exhibition.	12.50	Imperial Quart flasks	12.00	
K. T.	9.50	James McNeil (1)	La cse	Pat Fagan & Co.	La cse	
Graham, Davy & Co.	La cse	Imperial Oval.....	qts..	Quarts	8.50	
Loch Carron.....	qts..	Quarts.....	6.00	Findlater.	La cse	
Greenless Bros.	La cse	Pints.....	7.00	A 1.....	9.50	
King Edward VII... Ext. Sp. qts..	9.50	24 flasks, Screw top.	7.00	D. W. D.	La cse	
King Edward VII... Sp. Liq. qts..	12.00	32 flasks, Screw top.	7.50	1 Shamrock.....	9.75	
Griffiths, McAllister & Co.		48½ flasks, Screw top	8.00	3 Shamrocks.....	10.75	
Bonnie Doon		5 cses à la fois, 25c. en moins.		Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse	
1 caisse.....	10.25	McVicar & Bain.	La cse	Hay's Old	Rd qts. 6.75	
5 caisses.....	9.75	Allandale	qts.	Hay's Old.....	24 flasks. 7.50	
10 caisses.....	9.50	Allandale	pts.	Hay's Old	32 flasks. 7.50	
Glenfinnart		Allandale	Flasks 6.75	Hay's Old	Imp. qt. flasks. 10.00	
1 caisse.....	10.75	Allandale	½ Flasks 8.00	Janishannon.	1.50	
5 caisses.....	10.50	Red Cross.	La cse	John Jameson & Son (5)	La cse	
10 caisses.....	10.00	Quarts	6.25	1 étoile.....	9.50	
Haig & Haig	La cse	24 Flasks	6.75	3 etoilles.....	11.25	
★★★.....	9.50	48 1-2 Flasks	7.75	William Jameson.	La cse	
★★★★.....	15.00	John Robertson & Son, Ltd. (9)	Le gal.	1 harpe.....	9.75	
Liqueur.....	16.00	No 1—Fine Old	3.43	3 harpes.....	10.75	
Bleu Blanc Rouge.....	9.50	No 2—"Special"	3.68	McConnell's (1)	La cse	
J. & R. Harvey.	La cse	No 3—Old Highland	3.96	★.....	Qts. 9.00	
R. O. S.....	12.50	No 4—Old Dundee	4.28	★★★.....	Qts. 10.75	
Fitz James.....	10.00	No 5—Old Private John	4.71	Special Liqueurs	Qts. 12.50	
Hunting Stewart.....	9.00	No 6—Liqueur	5.16	Mitchell Bros. Ltd. (2)	La cse	
Jubilee.....	8.50	No 8—Dundee Finest	5.96	Old Irish Imp. Qts. 12s ..	11.00	
Old Scotch.....	7.50		La cse.	Old Irish 12 Btles. rdes ..	Qts. 6.50	
Au gallon.....	3 65 @ 5.50	Private Stock John Robertson	12.50	Old Irish Pts. 24s ..	8.00	
Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse	J. R. D. "Star"	9.50	Old Irish Flasks 10 oz.	12.00	
Hay's finest.....	Sq. qts.	Duncan McIntosh	7.95	Spec. Old Irish Imp. Pts. Flks.	11.75	
Hay's old	Rd qts.	Robertson, Sanderson & Co. (6)		Cruiskeen Lawn Stone Jars ..	12.50	
Hay's old	24 flasks	"Glenleith" [8 years old].	la cse. 9.00	Cruiskeen Lawn, Imp. Qts. Flks	11.50	
Hay's old	32 sq. flasks	"Glenleith"	5 O. P. le gal. 4.75	Au gal.		
Hay's old	Imp. qts. flasks	"Glenleith"	15 U. P. le gal. 4.00	Old Irish	3.65 à 4.00	
D. Heilbron	La cse	"Mountain Dew," full flavor. cse.	9.50	Special Irish	4.75 à 5.00	
Hillburn Blend.....	qts..	la cse		Wm. O'Boone & Sons (1)	La cse	
King's Liqueur.....	qts..	"Mountain Dew," cruchons terre,	8 Imp. qts. 12.00	12 Imperial Oval Quarts	9.00	
John Hopkins & Co. (5)	La cse	"Mountain Dew," cruchons terre,	12 Imp. qts. 13.00	12 Ordinary Quarts	6.50	
"Old Mull" Blend.....	9.50	"Mountain Dew," 4 O. P. le gal.	4.75	24 Pints	7.50	
"Navy Liqueur" V. O. S.....	12.00	Special Liqueur .. [15 years old].	12.50	24 Flasks, stoppers	7.50	
Melrose, Drover & Co.	Le gal	Old Private Stock, [20 years old].	17.50	48 1-2 Flasks, stoppers	8.50	
1 étoile.....	4.00	Ian McPherson (6)	le gal	Old Bushmill.	La cse	
2 étoiles.....	4.25	Craigdhul.....	10 O. P....	★.....	9.50	
3 étoiles.....	4.50	Dhuloch	9 O. P....	★★★★.....	12.00	
4 étoiles.....	4.75	Special Blend.....	8 O. P....	Special Malt.....	10.50	
5 étoiles.....	5.00	Special Blend.....	15 U. P....	George Roe & Co.	La cse	
Mitchell Bros. (2)	La cse	Ross Glen.	La cse	★.....	9.75	
Mullmore 12 Btles.	qts..			★★★.....	10.75	
	6.50			St-Kevin	La cse. 8.00	
				Kilkenny.....	La cse. 6.50	



LA CULTURE ET LA MANUFACTURE DU TABAC

La culture du tabac a fait de rapides progrès au Canada au cours des récentes années et, d'après toutes les apparences, le tabac semble prendre sa place parmi les produits agricoles ordinaires du pays. Les profits retirés par les fermiers dans les districts où se fait cette culture sont plus que satisfaisants; dans aucun autre district il n'est possible de trouver des indices si marqués de prospérité. Le moment semble opportun, dit "Cigar and Tobacco Journal", d'exposer les résultats de l'expérience acquise par les planteurs d'autres régions, résultats qui ne pourront qu'intéresser les lecteurs.

Le tabac est cultivé sur une vaste étendue de territoire à cause de son étonnante faculté d'adaptation aux différents sols et aux différents climats. Cependant le tabac dépend probablement beaucoup de son environnement, qui modifie son caractère et sa qualité plus que ceux de toute autre plante cultivée. Ainsi, tandis que le Wisconsin et Sumatra, la Virginie et Cuba font de la culture du tabac une spécialité de leur agriculture et sont devenus des centres de sa production, chaque localité produit une catégorie distincte de tabac. La localité, le sol, le climat et les propriétés très différentes des récoltes, conduisent à des différences très marquées dans la culture.

Quelques types principaux de tabac

Dans le commerce, il existe de nombreuses subdivisions pour chaque catégorie ou type de tabac; mais il nous suffira ici de citer les quatre catégories suivantes: Feuille à Cigares, Tabac d'exportation, Feuille Brillante et Périque.

Feuille à cigares.—Le tabac destiné à la manufacture des cigares comprend trois types différents de feuilles: Connecticut, Cuban et Sumatra. De plus, ces trois variétés renferment des catégories différentes, résultat de croisements, de conditions locales du sol, du climat, de la plantation ou des méthodes de fertilisation. Les tabacs à cigares sont cultivés pour leur arôme et pour la texture de la feuille, propriétés qui font que cette feuille convient à son emploi pour les robes de cigares. Pour l'arôme, le Vuelta Abajo peut être considéré comme modèle type,

tandis que pour la robe ce sont les tabacs du Connecticut et de Sumatra.

Tabacs d'exportation.—Ces tabacs comprennent plusieurs types différents, dont chacun répond aux demandes variées du commerce. D'habitude ces tabacs sont forts, lourds, à grain rude et leur arôme est fort. On les emploie pour les tabacs à fumer demandés par les pays étrangers. Leur valeur consiste dans leur force, car ils sont surtout employés en mélanges avec des tabacs inférieurs ou avec d'autres matières végétales adultérantes.

Feuille brillante.—La feuille brillante est produite en Virginie, dans les Carolines et dans l'Est du Tennessee; on l'apprécie pour son arôme; sa couleur jaune brillante ajoute à sa popularité. On l'emploie presque entièrement pour la pipe et les cigarettes et pour envelopper le tabac en palettes. Le tabac White Burley est cultivé dans le sud de l'Ohio et dans les régions du centre nord du Kentucky; on l'emploie pour le tabac en palettes. Il est très doux, a un bon arôme, est un excellent absorbant et, pour ces raisons, il est en faveur après des manufacturiers.

Périque.—Ce tabac appartient au type fort, grossier. Ses propriétés distinctives sont plutôt le résultat de la méthode de séchage que celui de la qualité de la feuille. Il est cultivé presque exclusivement dans les terrains humides d'alluvion de la rivière St-Jacques et dans une ou deux autres paroisses de la Louisiane; mais son importance commerciale est relativement faible. Un arôme particulier et le genre de mise sur le marché font qu'il est nécessaire de considérer cette catégorie à part.

Origine unique de tous les tabacs

Tous les types de tabac appartiennent à une seule espèce, *nicotiana*, qui se rapproche beaucoup de plantes sauvages et cultivées, parmi lesquelles sont: le pétunia, la pomme de terre, l'aubergine et l'herbe du diable. Les plantes de tabac de toutes les variétés croissent de la même manière et ont les mêmes caractéristiques. Leur hauteur varie de trois à neuf pieds; leurs feuilles en forme de fer de lance sont larges, elles sont attachées à la tige alternativement suivant une ligne en spirale, et à une distance de deux pouces les unes des autres. Les fleurs forment de larges bouquets avec des corol-

les blanches aux extrémités roses; ces fleurs, lorsqu'elles sont en masses, ont une apparence si attrayante, que la plante est souvent cultivée simplement comme plante ornementale.

La question du sol

Les planteurs de tabac savent fort bien que la nature du sol a une influence considérable sur la couleur de la feuille de tabac, que les terrains légers de la vallée du Connecticut produisent une feuille à cigares d'une couleur plus claire que celle des feuilles provenant des terrains plus riches et plus forts de la Pensylvanie; que les terrains lourds et foncés du Tennessee et du Kentucky produisent une feuille plus lourde et plus foncée que les terrains plus légers de la Caroline du Nord, le pays d'origine du célèbre tabac à feuille brillante. Une bonne preuve que la nature du tabac est fortement influencée par la nature du sol, c'est que certaines régions conviennent particulièrement à la production de la feuille à cigares. Sumatra, Cuba, la Floride, la vallée du Connecticut et le Wisconsin sont les centres producteurs de la feuille à cigares, mais les conditions climatiques de ces localités diverses sont aussi différentes que ces localités sont éloignées l'une de l'autre. Les tabacs cultivés dans ces régions sont souvent de qualités très différentes. Ces différences ne sont pas uniquement dues au climat, car il y a une énorme différence entre le climat de Cuba et celui du Wisconsin; cependant ces deux pays produisent une bonne feuille à cigares. L'époque de la récolte et la méthode de séchage importent beaucoup dans la fixation de types spéciaux, et, chose encore plus importante, est la culture intelligente de la plante et sa fertilisation bien comprise.

L'importance de l'humidité du sol

Il semble avoir été prouvé d'une manière concluante que le caractère d'un tabac produit dans un sol quelconque dépend beaucoup de l'humidité moyenne du sol. Quand ce point aura été étudié avec plus de soin et sera mieux compris, il est probable qu'on pourra déterminer avec une assez grande certitude l'utilité d'un sol pour la culture d'une espèce particulière de tabac. Un bon exemple de cette condition est fourni par les résultats recueillis

sur l'humidité des terrains de Quincy et de Fort Meade en Floride, deux localités très distantes l'une de l'autre, avec des sols dont la surface est tout à fait différente, produisant cependant des qualités presque identiques de tabac à cigares, mais dont le degré d'humidité pour l'un est de 8.26% et pour l'autre de 8.6%. Le tabac qui se rapproche le plus comme caractère du tabac cultivé dans ces localités est celui de la vallée du Connecticut où l'humidité moyenne du sol est d'environ 7%. Il est fort probable que la valeur reconnue des plantes naturelles poussant en forêt, comme indicateur de bon sol pour la culture du tabac, dépend de certaines relations entre la plante et l'humidité moyenne.

Les terrains de la vallée du Connecticut, de la Floride et de l'Etat de New-York qui produisent le tabac dont on fait les robes de cigares, sont des terrains légers, d'une couleur claire et ayant peu d'humidité. Ils sont très sablonneux, avec une moyenne de 60% de sable, mais contiennent très peu d'argile (moins de 3%). Ce sont donc des terrains faciles à travailler, chauds et fertiles.

Les terrains de la Pennsylvanie, de l'Ohio et du Wisconsin sont plus lourds et d'une texture plus fine. Ils contiennent environ 20% d'humidité, à peu près 25% d'argile et de 30 à 35% de limon. Ils sont donc plus fertiles et en général plus productifs, plus lents et d'une culture plus difficile que les sols qui produisent les feuilles à cigares les plus légères.

Les terrains qui produisent la feuille brillante de la Caroline du Nord et de la Virginie sont sablonneux jusqu'à une profondeur de 1 à 10 pieds; sous cette couche de sable gît toujours une couche épaisse d'argile.

Les terrains de la Louisiane qui produisent le tabac "Pélique" diffèrent grandement de tous les autres terrains à tabac, autant que le produit lui-même. Ces terrains, à la surface, ont une moyenne de 8 à 9% d'argile, environ 15% de limon et près de 60% de sable. Ils ne sont pas fertiles, ni très productifs bien qu'ils soient faciles à travailler, qu'ils donnent une récolte précoce et qu'ils soient sujets à la sécheresse.

Les tabacs d'exportation proviennent de terrains lourds, fertiles contenant une forte proportion de limon et d'argile, avec une quantité considérable de fer et de matière rocailleuse. Ces sols sont durs, mais faciles à travailler lorsqu'ils ont été bien ameublés. Ils retiennent l'humidité et donnent une récolte tardive. Les terrains produisant le tabac "White Burley" contiennent une forte proportion de carbonate de chaux et sont remplis de petites particules de pierre à chaux qui contiennent une quantité considérable de phosphate de chaux. Ces terrains ne sont pas durs comme ceux qui conviennent à la culture des forts tabacs d'exportation.

La culture de ces tabacs diffère assez de celle des autres. Ces sols sont profonds, ils reposent sur des terrains d'alluvion, leur couleur est sombre, ils sont fertiles et contiennent environ un quart de partie de sable. Ils se travaillent facilement et ont une forte proportion d'humidité.

Importance des semences en couches

La qualité de la semence est d'une grande importance et l'usage de cultiver les plantes à graine à part est nécessaire, à cause de la tendance du tabac à s'éloigner du type fixé. L'usage des semences en couches est donc très important; d'abord, par ce moyen, on gagne du temps dans la culture; deuxièmement, on a aussi une meilleure production pour les jeunes plantes que si on les plantait dans un champ. Comme la première condition pour la semence en couches est la chaleur, il faut choisir un endroit abrité et exposé au Sud. Dans les états du Nord, un mur, une construction ou une clôture sont employés comme protection. Dans le Sud, les planteurs profitent de la présence d'une certaine étendue de forêt. Pour ce genre de semence, il est nécessaire d'avoir un sol fin, chaud, moelleux, parfaitement pulvérisé. Dans le Sud, on préfère un sol nouveau, dans le Nord, on préfère un sol ancien. La même place peut être employée tous les ans pour les semences en couches. Dans les états du Sud, et particulièrement en Floride où on suit de près les méthodes de Cuba, le terrain choisi pour la semence en couches est d'abord chauffé, en mettant le feu à des morceaux de bois placés dans la longueur de la couche et qu'on couvre avec des broussailles et du petit bois bien sec. Quand le sol a été parfaitement chauffé pendant une demi-heure environ, on retire le feu et on ajoute de la terre. Un grand nombre de cultivateurs, quand ils choisissent un endroit pour leurs semences en couches, préfèrent le placer près d'un cours d'eau et, si possible, de telle manière que les couches puissent être arrosées. En Floride spécialement, des périodes de sécheresse arrivent souvent dans la période la plus critique de la croissance des plantes. L'irrigation des couches est le moyen le plus sûr pour réussir dans la culture des plantes. Cette irrigation diffère quelque peu des méthodes ordinaires en ce que le fossé pour l'eau est creusé en dehors et le long de la couche. On ne laisse pas l'eau pénétrer sur la couche d'ensemencement et la plante trouve de l'eau simplement par le drainage naturel du sol, car on prend soin que ce fossé d'eau soit établi sur un niveau plus élevé que la couche d'ensemencement.

Les couches sont généralement protégées contre les oiseaux, les insectes et le froid, en les couvrant d'un lit de broussailles. Toutefois, on se sert beaucoup

aujourd'hui de mousseline que l'on étend au-dessus de la couche et que l'on cloue à des planches, en l'élevant assez au-dessus des lits pour permettre aux plantes de pousser. Cette couverture de mousseline doit être enlevée de temps à autre, pour sarcler la terre et la fertiliser, quand les plantes sont prêtes à être transplantées dans le champ. Ce système, non seulement empêche les insectes et d'autres ennemis de la plante d'attaquer les jeunes pousses, mais il augmente la chaleur de la couche d'ensemencement, par la radiation de la chaleur du soleil qui hâte la pousse et rend possible une transplantation faite plus tôt. Il n'est pas nécessaire d'enlever la couverture de mousseline pour arroser la couche, car on peut le faire très bien au moyen d'un arrosoir. L'avantage qu'il y a à arroser à travers la mousseline, c'est que l'humidité du tissu aide à conserver plus longtemps l'humidité du sol que si le tissu était enlevé et remplacé immédiatement après l'arrosage.

Détermination du type de tabac

La localité, le climat et le sol dans lequel on sème le tabac décident du genre de tabac que l'on doit cultiver. Toutefois, le genre ou variété dépend de ces conditions et aussi plus ou moins des notions individuelles et du désir des planteurs, de la connaissance de l'espèce cultivée, des facilités de travail du sol, etc. Ainsi, le planteur de la Floride a le choix entre la culture du tabac de Sumatra, de Cuba et de la feuille "Speckled" de Floride, tandis que dans la vallée du Connecticut, on peut cultiver la feuille Seed ou la feuille Havana.

Roulement des cultures

Dans la Nouvelle-Angleterre, on a coutume de choisir pour le tabac un terrain qui restera cultivé en tabac pendant des années. Ceci n'est possible qu'en fertilisant fortement le sol. Le cultivateur de la Nouvelle-Angleterre prétend qu'en choisissant un terrain sur lequel il cultive toujours la même plante, il a un contrôle plus parfait de la récolte; il peut donc y cultiver les qualités qui ont le plus de valeur sur le marché. Il n'est pas difficile de trouver dans la vallée du Connecticut des champs qui ont produit du tabac chaque année depuis 10 ou 20 ans, avec amélioration dans la qualité du produit et sans diminution du rendement. Le cultivateur de la Pennsylvanie a ses terrains favoris pour la culture du tabac, mais il met en pratique le roulement des cultures auxquelles conviennent ses terrains plus lourds. Dans le Sud et l'Ouest il est de règle d'alterner la récolte du tabac avec celle d'autres céréales. Le planteur du Sud qui cultive du fort tabac d'exportation ainsi que du tabac pour feuilles à cigares, emploie un sol nouveau et fait deux ou trois récoltes avant de

changer la culture. Ceux qui cultivent le tabac Burley préfèrent aussi des terrains nouveaux, mais après deux récoltes, ils alternent avec une culture de grain et d'herbe. Le tabac à feuilles brillantes est généralement produit sur des terrains anciens cultivés en tabac tous les trois ans. Il s'agit ensuite de savoir quand il faut labourer le terrain de culture du tabac; l'automne et le printemps sont les deux saisons pour le labourage. On ne peut pas fixer de règle, bien que les méthodes employées par les planteurs cultivant chaque sorte de tabac soient un guide sûr. D'une manière générale, un sol argileux demande à être labouré en automne, de manière à être brisé davantage par les gelées de l'hiver. Dans les régions qui produisent la feuille à cigares, le labourage en automne est presque général.

Diverses méthodes de transplantation

Le sol ayant été préparé par la culture du tabac, la première opération consiste à transplanter les jeunes plantes de la couche d'ensemencement dans le champ. On ne devrait choisir, pour les transplanter que des plantes fortes, vigoureuses. Un jour ou deux avant la transplantation, il faut suspendre l'arrosage, afin que les jeunes plantes s'endurcissent quelque peu pour supporter leur transfert en terrain ouvert. Toutefois, immédiatement avant la transplantation, la portion

de la couche d'où les plantes doivent être tirées, devrait être parfaitement arrosée. La terre ainsi humectée adhère aux racines, en formant une pelotte qui aidera beaucoup la plante à se remettre du choc qu'elle éprouve dans la transplantation. Il est préférable de faire cette opération de bon matin, quand les plantes sont encore humides de rosée. Les plantes transplantées devraient être placées les unes contre les autres d'une manière serrée, dans des boîtes ou des paniers; si elles sont tenues couvertes à l'ombre ou dans un endroit frais, elles peuvent rester plusieurs jours dans cette condition avant d'être replantées, sans en souffrir. Pendant ce temps, sous aucun prétexte, il ne faut arroser les plantes, ou les coucher horizontalement; une telle pratique serait nuisible, les tiges s'échaufferaient, pourriraient, ou se courbelaient.

La méthode de transplantation dépend presque entièrement de l'espèce de tabac. Pour toutes les variétés on devrait employer des machines à transplanter, excepté pour le tabac de Sumatra et de Cuba, quand il est cultivé expressément pour la feuille à robes, ce qui exige une plantation très dense. Les cinq sixièmes des plantes sont plantées à la main. Quand les pieds de tabac doivent être espacés de moins de 16 pouces, on ne peut employer la machine, et l'opération faite à la main est inévitable. La meil-

leure machine employée dans ce but (tirée par deux chevaux et conduite par un homme) arrose le sol avant d'y placer les plantes, sur deux rangs à la fois; deux garçons transportés par la machine placent les plantes dans le sol aussi vite qu'il le faut.

Pour planter à la main, il faut choisir, autant que possible un temps nuageux, ou le moment qui précède ou qui suit une averse. La plantation du tabac à la main se fait comme pour les autres plantes, c'est-à-dire que les trous dans lesquels doivent être mis les pieds de tabac sont faits soit au moyen d'un plantoir, soit au moyen du doigt, et la terre est tassée autour des racelles par une simple pression du plantoir ou des doigts. Il est généralement nécessaire d'arroser aussitôt après avoir transplanté et, si la plantation est suivie d'un temps très chaud, il faut abriter du soleil les plantes délicates. Une très petite quantité d'eau répandue sur le sol avant l'opération a beaucoup plus d'effet que de grandes quantités employées après. Une méthode économique et efficace consiste à creuser un sillon le long des rangs de tabac et à y faire arriver de l'eau; au fond de ce sillon humide, on peut placer les plantes avec la presque certitude d'obtenir des résultats satisfaisants. Les racines de la jeune plante ne doivent pas être réunies en une masse, ni se gêner mutuellement; il faut les étendre aussi naturellement

Les Profits Forts, Considérables, Satisfaisants

Font impression sur vous en tout temps, d'autant plus qu'il est difficile d'obtenir de fortes rentrées.

Que vous rapporte votre département du tabac ?

C'est un faiseur d'argent, si vous prenez pour articles principaux les

Cigares HOGEN-MOGEN et ROYAL SPORT

On ne fait pas de meilleur cigare à **dix cents**, Hogen-Mogen plaît à tout le monde, les clients reviennent pour les deux marques.

DONNEZ VOTRE ORDRE AUJOURD'HUI.

The Sherbrooke Cigar Co.,

SHERBROOKE, Que.

que possible. La profondeur à laquelle il faut planter dépend de la variété de la plante. Le tabac cubain demande à être planté plus profondément que les autres espèces. En tout cas, il faut avoir soin que la terre ne recouvre pas le bourgeon.

Culture à plat ou en billons

Le tabac exige une culture soignée et une attention incessante. La culture en terrain plat est préférée pour toutes les variétés, bien que dans certains districts des états du Sud, on le cultive en billons. A cause de l'énorme surface de sa feuille, le tabac demande beaucoup d'eau. Il est facilement endommagé par la sécheresse. Cet inconvénient peut être évité par des labourages peu profonds et répétés pendant le temps sec. De cette manière, une mince couche de terre fine arrête l'évaporation de l'eau contenue dans le sol. C'est particulièrement important parce que la valeur de la feuille dépend en grande partie de sa qualité. La méthode de culture en billons convient au tabac lourd, car par cette méthode les extrémités des feuilles sont quelque peu protégées du dommage qu'elles souffriraient en venant en contact avec le sol; en effet les feuilles de cette variété en poussant s'inclinent jusqu'à toucher le sol.

Pour obtenir la feuille la plus fine, il faut une croissance constante, continue, sans aucun arrêt par suite de sécheresse. On a trouvé que l'emploi du sulfate de potasse et du nitrate de soude, comme ingrédients fertilisants, tendait à conserver dans le sol son humidité.

Étêtage et enlèvement des surgeons

Le pied de tabac est forcé comme les plantes de serres. On ne peut pas le laisser croître naturellement, fleurir et produire des graines sans nuire sérieusement au caractère de la feuille demandée. L'étêtage qui a pour résultat d'augmenter la production de la feuille ou ses dimensions est donc indispensable. Il faut étêter chaque plante séparément en brisant à la main la tige de la fleur. Cette opération permet au planteur d'exercer beaucoup de jugement: les plantes fortes et qui se développent bien demandent un étêtage moins sévère que les plantes plus faibles. La variété de tabac ou le but dans lequel il est cultivé détermine l'étêtage plus ou moins fort à faire. Il faut laisser mûrir de dix à dix-huit feuilles, suivant le caractère de la plante et l'espèce de tabac. L'arrêt de la croissance naturelle par l'enlèvement de la tige à fleurs a pour résultat la pousse d'un grand nombre de surgeons. Ceux-ci doivent être enlevés avec soin, avant qu'ils atteignent une grosseur suffisante pour détruire la vitalité de la plante ou empêcher à leur profit la croissance des feuilles. L'enlèvement des surgeons est très nécessaire immédiatement avant la

récolte; sans cela, les surgeons continueront à pousser pendant le séchage et diminueront sérieusement la qualité de la récolte. L'enlèvement des surgeons se fait d'habitude deux fois pour le tabac à cigares, et quatre à cinq fois pour le lourd tabac d'exportation. Ce dernier n'est pas récolté aussitôt que le premier après l'étêtage.

Conditions de la récolte

Le tabac, comme toutes les autres plantes, a un état bien défini de maturité, et c'est dans cet état que sa feuille doit être récoltée. Si la cueillette en est faite tardivement, la feuille est détériorée. Un cultivateur sans expérience a d'habitude beaucoup de difficulté à déterminer la condition convenable de maturité. Cette condition est indiquée par un changement caractéristique de la couleur de la feuille; à la teinte vert foncé succède une nuance plus claire qui apparaît d'abord sous forme de taches qui envahissent peu à peu toute la surface de la feuille. On peut se rendre compte de la maturité en pressant une feuille pliée en deux entre le pouce et l'index; si elle craque à l'endroit plié, c'est un signe certain de maturité. Le tabac de Cuba devrait être récolté quand il est un peu plus vert que les autres variétés. La méthode employée pour faire la récolte dépend beaucoup de l'espèce de tabac. Pour le tabac de Sumatra, les feuilles sont examinées et cueillies séparément à mesure qu'elles atteignent la plus haute qualité possible. On les enfle avec des ficelles pour les faire sécher, cette méthode est employée pour une grande partie du tabac jaune. La récolte des autres tabacs se fait en coupant au ras du sol le pied de tabac entier.

Séchage du tabac

Les plantes sont alors suspendues dans le séchoir. A Cuba, le planteur coupe chaque plante en plusieurs sections, dont chacune a deux feuilles; ces sections sont suspendues sur des perches, que deux hommes transportent sur leurs épaules au séchoir. Avec cette méthode, les feuilles du sommet doivent être moins mûres que les feuilles plus anciennes. Pour les tabacs à cigares, on recommande de cueillir quelques-unes des feuilles inférieures avant la récolte totale, bien que cette méthode ne soit pas d'un usage général.

Quand la plante est coupée, il faut la laisser se flétrir complètement; on évite ainsi d'endommager sérieusement le tabac par la cassure des feuilles. Toutefois, il faut avoir soin que les feuilles ne soient pas brûlées par le soleil; une exposition de courte durée à l'action directe des rayons du soleil les endommagerait sérieusement. Le tabac américain est ordinairement suspendu sur des lattes ou des perches avant d'être transporté au séchoir.

Dans les districts qui produisent le "White Burley" et le Tabac Lourd, les pieds de tabac sont fendus jusqu'à mi-hauteur et placés à cheval sur des perches. Le tabac "Bright Leaf" est séché artificiellement; souvent on arrache les feuilles de la tige et on les attache aux perches avec de la ficelle. D'habitude, le tabac White Burley reste suspendu deux ou trois jours à un échaffaudage construit dans le champ, avant d'être transporté au séchoir.

Le meilleur moyen de transporter le tabac du champ au séchoir consiste à placer sur un chariot à deux chevaux un cadre assez élevé pour que les plantes suspendues ne puissent toucher le fond du chariot et assez large pour que les extrémités des lattes de suspension reposent sur les côtés du cadre. De la sorte, on économise de l'espace, le tabac occupe à peu près la même position que celle qu'il aura dans le séchoir et le transport nuit peu à la feuille.

Préparation dans le séchoir

On emploie deux méthodes de séchage pour la préparation des variétés de tabac. Ces méthodes sont le séchage naturel et le séchage artificiel. En règle générale, la dernière méthode n'est employée que pour le tabac à feuille brillante et le lourd tabac d'exportation, tandis que la méthode naturelle est celle qui est communément employée pour les autres variétés. Toutefois, on recommande en général la chaleur artificielle et elle est employée par les bons planteurs principalement pour le tabac à cigares. Quelle que soit la méthode employée, un séchage lent, pendant la première période ou période de jaunissement, est important. Après cette période, plus le séchage est rapide, surtout avec le tabac jaune, mieux cela vaut. Pour le séchage du fort tabac d'exportation, la pratique employée maintenant consiste à employer juste ce qu'il faut de chaleur pour empêcher le tabac d'être grillé. Les séchoirs devraient fermer hermétiquement, autant que possible. Ils devraient être pourvus d'appareils de ventilation et de moyens convenables pour contrôler cette ventilation. Des ventilateurs pouvant être mis en opération au moyen de poulies sont ceux qui conviennent le mieux. La ventilation dans le sens horizontal obtenue au moyen de contrevents pratiqués sur le côté du séchoir convient mieux que celle obtenue par des ouvertures verticales. Pendant les premiers jours du procédé de séchage, il est nécessaire d'y apporter un soin extrême, pour que l'opération ne marche pas trop rapidement, quand le temps est chaud et sec. Si de telles conditions existent, les ventilateurs devraient être fermés pendant la plus grande partie de la journée, mais ouverts pendant la nuit; par ce moyen, on obtient un séchage plus lent. Quand le premier stage du séchage est

passé, il faut hâter l'opération. Il ne faut pas encastrer le tabac dans le séchoir tant que les tiges et les côtes des feuilles ne sont pas bien sèches.

On ne peut pas fixer de règles exactes pour le degré de chaleur à obtenir et sur la manière de conduire l'opération. L'homme expert qui prépare le tabac doit être guidé par la condition même du tabac. Une trop grande chaleur grillerait les feuilles, tandis qu'une chaleur non suffisante rougit la feuille à l'intérieur. Pendant le séchage, il convient d'obtenir autant que possible la chaleur voulue, sans brûler la feuille. Aussitôt que le séchoir est rempli de tabac, il faut allumer les feux pour obtenir une température de 90° F. et ne pas dépasser cette température. Le matin, le séchoir se sera refroidi. On allume de nouveau les feux pour obtenir encore 90°, puis on abandonne l'opération à elle-même. Le soir venu, on rallume les feux pour obtenir encore 90° et ainsi de suite tous les soirs et tous les matins jusqu'à ce que le tabac soit jaune à quatre pouces des extrémités des feuilles. On pousse alors les feux jusqu'à 110° et on maintient cette température pendant une heure, les portes et les ventilateurs étant ouverts. Puis on élève la température jusqu'à 120°, jusqu'à ce que la feuille soit sèche sur un tiers de sa longueur, pour la rangée du bas. On élève alors la température à 130° et on la main-

tient à ce degré jusqu'à ce que la rangée du bas soit parfaitement sèche. On pousse la chaleur jusqu'à 140° et on la maintient à cette température pendant cinq heures. On élève ensuite et on maintient la température à 160° jusqu'à ce que les feuilles placées au sommet du séchoir soient sèches; on élève la chaleur jusqu'à 180° et on l'y maintient jusqu'à ce que presque toutes les tiges soient sèches. On porte alors la température à 200° et au bout de vingt minutes on la laisse tomber à 180°. Si les tiges des feuilles situées dans les coins du séchoir sont complètement sèches, on éteint les feux et on laisse le séchoir se refroidir; le travail est terminé. On jaunit les feuilles en laissant les portes fermées; à 110° on les ouvre et on les laisse ouvertes jusqu'à 160°, température à laquelle on ferme les portes, puis, quand on atteint 180°, on ferme les ventilateurs du bas. La raison pour laquelle on élève et on abaisse la température pendant le jaunissement, c'est que le tabac a le temps de sécher, supporte mieux la chaleur pendant cette opération et ne commence pas à sécher avant qu'il soit jaune. Certains planteurs prétendent qu'il vaut mieux ne pas dépasser 180°, mais l'expérience a démontré que si la chaleur atteint 200° pendant 15 ou 20 minutes, elle enlève l'odeur et de goût du tabac vert; le tabac se conserve mieux que lorsqu'il a séché par une chaleur

moins forte. Rien ne réussit comme le succès, et si vous savez la manière de vous y prendre pour bien sécher le tabac, vous réussirez. Avant tout, ayez le soin de ne pas le griller.

On n'a pas encore adopté de système général de séchage par tuyaux de chaleur pour un tabac autre que le tabac brillant. Les deux choses importantes sont les suivantes: les feux doivent être maintenus dans des fours placés en dehors du séchoir et la chaleur doit être conduite convenablement dans la partie inférieure du séchoir au moyen de tuyaux de retour ou de tuyaux pour la fumée. La chaleur s'élevant naturellement jusqu'au sommet du séchoir, en affecte toutes les parties de la même manière. Les feux nus ne sont employés que dans les districts qui produisent les lourds tabacs d'exportation. Les composés à la créosote déposés sur les feuilles par la fumée, leur communiquent un arôme hautement apprécié des fumeurs européens.

L'étuvage, la fermentation ou dernier stage de la préparation de la feuille est un procédé de manufacture et n'est pas naturellement du ressort des planteurs dont la récolte doit être mise sur le marché après avoir été préparée dans le séchoir. Dans la plupart des districts producteurs de tabac, excepté ceux qui ne produisent que du tabac à cigares, le système de mise en entrepôt est en vogue.

Essayez le nouveau Cigare

LE

J. M. FORTIER

PUR HAVANE

Fait des meilleurs Tabacs
de la Havane par des Cubains.

J. M. FORTIER L^TEE.

- - - -

MONTREAL.

Les tabacs à cigares sont emballés en boîtes, le tabac jaune en tierces et les tabacs lourds, en barriques. Le tabac à cigare est généralement vendu soit vert et sur pied, ou quand il est encore suspendu dans le séchoir. Mais une telle pratique donne souvent naissance à de sérieux malentendus entre l'acheteur et le vendeur, de sorte qu'elle ne devrait être suivie que lorsqu'on peut faire des contrats écrits, couvrant tous les détails de la vente. La valeur du tabac est une question de jugement personnel. Il n'y a pas de modèle-type tel que ceux reconnus pour le blé et le coton, et par conséquent, chaque planteur devrait se tenir parfaitement au courant des demandes actuelles du marché pour le genre de tabac qu'il produit, et surtout au courant des effets produits par les diverses méthodes de culture et de fertilisation sur la qualité des feuilles.

LE BON EMPLOI DU "HUMIDOR"

Tout magasin de cigares dont le propriétaire a quelque prétention aux idées modernes, doit être muni d'un "humidor", ou de quelque appareil semblable pour entretenir l'humidité; mais tous les marchands ne savent pas comment employer au mieux ces appareils. Un "humidor", convenablement employé, donnera de l'humidité aux marchandises trop sèches ou les entretiendra modérément humides sans changement pendant une période indéfinie, dit "Tobacco."

Il est possible, toutefois, en mettant trop d'eau dans un "humidor", de rendre l'atmosphère ambiante assez humide pour endommager les marchandises au lieu de les tenir en bon état.

Les appareils à entretenir l'humidité n'ont jamais été faits dans le but de servir de réceptacle indifféremment à toutes les marchandises tenues en stock. On ne devrait pas y mettre des marchandises qui doivent être employées quand elles sont sèches et qui, en absorbant de l'humidité, perdent leur caractère ou leur qualité.

Les tabacs à fumer sont dans le meilleur état lorsqu'ils sont raisonnablement secs. Humides, ils brûlent mal et se couvrent quelquefois d'une moisissure verte, grise ou blanche.

Les tabacs en "plug" ont une composition si variée qu'on ne peut pas indiquer un traitement général qui leur convienne à tous. Ceux qui contiennent beaucoup de réglisse et de sucre sont aptes à devenir humides et pâteux quand on les conserve dans un "humidor" ordinaire. Ces tabacs sont faits pour résister à tous les climats, et ils se conservent le mieux quand on les garde dans une chambre ordinaire destinée à recevoir les marchandises, dans les boîtes d'origine en-dessous du comptoir ou sur les rayons contre le mur.

Les palettes de tabac en feuilles naturelles ou celles qui sont aromatisées sans

sucre, sont peu affectées par l'humidité de l'atmosphère et peuvent être conservées presque partout sans inconvénient. D'autre part, si on les garde dans un endroit humide, elles peuvent être attaquées par la moisissure. Pour cette raison, il vaut mieux tenir ces palettes dans un endroit frais et plutôt sec.

Les mêmes principes s'appliquent aux palettes en feuilles hachées ou découpées en lanières. La surface exposée à l'air est plus grande et un tabac sous cette forme est plus apte à souffrir de la moisissure, s'il est exposé à l'humidité.

Les cigarettes turques demandent un peu d'humidité; autrement elles se dessèchent rapidement et perdent beaucoup de leur arôme et de leur goût délicats; mais elles absorbent beaucoup d'humidité et alors elles brûlent mal. Il est préférable d'avoir un "humidor" séparé pour cette classe de marchandises; car l'humidité qui suffit à la conservation du tabac turc est totalement insuffisante pour les fins cigares de la Havane.

Les cigares de qualité inférieure, les "cheroots" et les "stogies", ne demandent pour ainsi dire pas d'humidité et on ne devrait jamais les conserver dans le même compartiment que les cigares de la Havane de qualité supérieure. Il arrive souvent que les "stogies" et les "cheroots" arrivent de la manufacture dans un tel état d'humidité qu'il est nécessaire de les emmagasiner pendant quelques semaines dans un endroit parfaitement sec, avant de les offrir en vente.

Rien, toutefois, n'est plus nuisible aux cigares de fine qualité que de les laisser se dessécher complètement. On peut, il est vrai, les soumettre à un procédé d'humidification; mais alors ils sont aptes à perdre beaucoup de leur parfum et, en conséquence, de leur valeur. Les cigares de fine qualité devraient toujours être conservés dans un bon appareil spécial.

EXPORTATION EN 1906 DU TABAC EN FEUILLE ET DES CIGARES DE LA HAVANE

Sous ce titre, nous publions un extrait du journal El Tobacco publié à la Havane, concernant les exportations de tabac de Cuba:

"Suivant notre coutume, dit ce journal, nous publions ci-dessous le résumé général des exportations de tabac et de cigares du port de la Havane, comparativement aux exportations de 1905.

"L'année s'est terminée sur un fort déficit des exportations de tabac en feuille; l'Espagne, en effet, nous a acheté 22,853 balles de moins qu'en 1905.

"Cette diminution est compensée par l'exportation des cigares aux Etats-Unis, conséquence des faibles bénéfices du traité; en 1905 les Etats-Unis nous avaient acheté 64,680,979 cigares et, en

1906 leurs achats se sont élevés à 79,483,125 cigares; nous avons donc en notre faveur, cette année, une balance de 14,802,150 cigares.

"Cette année, nous avons eu aussi une assez bonne augmentation des exportations de cigarettes, à raison de la diminution des droits perçus en Colombie, pays qui était notre principal marché en 1904.

"Quant aux feuilles coupées l'augmentation des exportations a été tout-à-fait remarquable; nous en avons exporté environ 50,000 kilogrammes (110,000 livres) de plus qu'en 1905.

"Nous donnons, dans le tableau suivant, le résumé des exportations en 1906, comparées à celles de 1905:

Tabac en feuille

	Balles	Kilos *
Du 1er janv. au 31 déc. 1905	317,087	14,776,139
Du 1er janv. au 31 déc. 1906	227,426	12,636,836
Diminution en 1906	39,661	2,139,303

Tabac manufacturé

	Cigares
Du 1er janv. au 31 déc. 1906	256,738,029
Du 1er janv. au 31 déc. 1905	227,028,521
Augmentation en 1906	29,709,508

Cigarettes

	Paquets
Du 1er janv. au 31 déc. 1906	15,643,275
Du 1er janv. au 31 déc. 1905	11,829,076
Augmentation en 1906	3,814,199

Tabac haché

	Kilogrammes
Du 1er janv. au 31 déc. 1906	169,260
Du 1er janv. au 31 déc. 1905	119,337
Augmentation en 1906	49,923

"D'après les données en mains, on voit que la récolte de 1906 a contre elle, sur celle de 1905, le déficit énorme d'environ 189,000 balles; ce déficit vient, pour presque 50 pour cent de Vuelta Abajo, région où dès le début la perte a été estimée à la moitié de la récolte. Beaucoup de personnes avaient estimé cette perte à 25 ou 35 pour cent, et un très petit nombre à 40 pour cent. Les plus optimistes étaient donc encore au-dessous de la vérité."

Tenez en stock les cigares sur lesquels il y a un profit clair à faire, des cigares que tous les fumeurs semblent aimer, des cigares qui se vendent toujours bien. Les cigares "Hogen-Mogen" et "Royal Sport" réunissent tous ces avantages; ils sont fabriqués par la Sherbrooke Cigar Co., Sherbrooke, P.Q., à laquelle les marchands n'ont qu'à donner un ordre d'essai pour se convaincre de la qualité de ces cigares.

* Le kilogramme est égal à 2.2 livres.

LE MAGASIN DE CIGARES

Pour qu'un magasin de cigares réussisse, il est essentiel qu'il se fasse des amis et qu'il les conserve. Le meilleur moyen pour cela est d'essayer de donner satisfaction aux clients pour leurs achats. Un marchand qui croit faire bien en achetant des articles que ses clients ne demandent pas, peut faire un léger profit temporaire, aux dépens de la perte de la clientèle régulière, qui serait infiniment plus profitable au magasin à la longue.

Il est donc de la plus haute importance que le vendeur s'étudie à plaire aux clients plutôt que de les pousser à acheter quelque chose qui peut ne pas les satisfaire. Ceci est spécialement important quand on vend des marchandises à la boîte, des pipes et des articles de fumeurs, car le client aura ces articles en sa possession pendant un certain temps, et s'il a le moindre sujet de n'être pas satisfait de son achat, il s'en souviendra souvent et fera à ses amis des remarques désobligeantes sur le magasin.

Si au contraire le vendeur s'est efforcé de plaire au client et y a réussi, ce dernier se rappellera le magasin avec plaisir et le recommandera à d'autres.

Quand il semble certain que les marchandises en magasin ne plairont pas à un acheteur, il est généralement préférable de vous procurer la marque désirée,

même en perdant la vente, plutôt que de discuter avec lui pour le pousser à acheter un article dont très probablement il sera mécontent.

LA CULTURE DU TABAC AUX PHILIPPINES

Par Hamilton Wright

A part quelques informations statistiques sur les manufactures de tabac de Manille, on a moins de renseignements sur le tabac des Philippines en Amérique qu'en Europe ou en Asie. Les neuf-dixièmes de tout le tabac cultivé dans ces îles et à peu près tout ce qui est livré au commerce proviennent de la grande vallée Cagayan, une région que peu d'Américains vivant dans ces îles connaissent. Cette vallée est située en dehors de la route suivie en général par les voyageurs et on y a fait peu d'attention pendant l'insurrection, car le peuple qui l'habite est pacifique.

C'est cependant une des vallées les plus fertiles des Philippines. C'est peut-être une des plus riches du monde. Depuis plus de 140 ans, le tabac est cultivé dans les terres submergées de la vallée, sans fertilisation artificielle. Les habitants de cette vallée ont pour coutume de faire une récolte de tabac et une récolte de grain sur la même terre et dans une

année. Deux années de suite, le même sol a produit deux récoltes de tabac et trois récoltes de grain. Le Rio Grande de Cagayan dont la vallée tire son nom est la plus grande rivière des Philippines. C'est à la fois le Nil et le Mississipi de l'archipel. Prenant sa source dans la chaîne Cordillera de la région centrale de Luzon, le Cagayan coule au nord sur une distance de 225 milles à vol-d'oiseau, jusqu'à ce qu'il soit renforcé par des affluents nombreux et considérables et se verse ensuite dans la Mer de Chine à Aparri; le port le plus au nord de Luzon. Les Cordilleras aux pics empourprés s'élargissent graduellement pour faire place à l'énorme rivière; elles forment la limite est et ouest d'une vaste plaine fertile ayant une longueur de presque 200 milles et une largeur moyenne de 30 à 40 milles.

La plus grande partie du tabac est cultivée dans la vallée de Cagayan comme du foin. On s'occupe peu des détails de la récolte et du séchage qui, dans le cas d'une récolte aussi difficile que celle du tabac, demande un traitement à la fois scientifique et basé sur l'expérience. La plus grande partie des terres produisant de bon tabac sont celles qui sont submergées et qui consistent principalement en petites étendues de terrain avec parfois des surfaces plus grandes le long de la rivière Cagayan et de ses tributaires;

LES CIGARES

EMPORIUM A 10c.

— ET —

MONT PELEE A 5c.

Font leur chemin dans les meilleurs Hôtels et Restaurants. Les Tabacconistes soucieux de leurs intérêts les ont en stock.

Pourquoin tiendriez vous pas les deux Meilleurs Cigares pour le Prix? . . .

The Emporium Cigar Co.,
ST-HYACINTHE, QUE.

TELEPHONE BELL MAIN 4581



FABRIQUE PAR

L. N. HADD, 115 Rue St-François-Xavier
MONTREAL.

ces terres ont sans doute formé autrefois le lit même de la rivière. A la fin de la saison des pluies, pendant la dernière partie de décembre, la mousson du Nord-est souffle en venant de la Mer de Chine et cause une élévation du niveau des eaux; dans l'espace de vingt-quatre heures, il se produit une inondation et l'eau s'élève jusqu'à vingt pieds. Cette eau pénètre dans le sol jusqu'à une profondeur de deux ou trois pieds. A mesure que le vent s'apaise, cette eau se retire et laisse sur le terrain un dépôt de limon. Sur ces terres qui ont été submergées, on plante du tabac pendant la dernière partie du mois de janvier ou de bonne heure en février, tandis que sur les terres élevées le tabac est planté plusieurs semaines auparavant. Au bout de trois mois, la plante a atteint une hauteur de quatre à six pieds. Les feuilles commencent à jaunir et à se recroqueviller. Elles sont mûres.

Avant de transplanter les plants de tabac sur les terrains élevés ou les terrains submergés, les indigènes les ont fait pousser sur couches. Au bout de six ou huit semaines, ils les transplantent dans un sol qui a été grossièrement préparé au moyen d'une charrue traînée par un carabao. Le carabao ne laboure qu'un cinquième d'acre par jour. Il faut généralement trois ou quatre labourages pour que le sol soit en bonnes conditions pour recevoir les plants de tabac. La charrue elle-même est un instrument primitif qui ne s'enfonce qu'à quatre pouces dans le sol et fait un labourage très lent. Une chose telle que la sélection des semences est inconnue de la majorité des indigènes. Ceux-ci négligent d'habitude d'élever les plants ou de tailler les tiges les plus élevées pour donner de la vigueur aux feuilles. La coupe des surgeons est rarement pratiquée. Quand le tabac est sec, on le suspend souvent sous les habitations, au milieu des cochons, des poules et des autres animaux. Quand les feuilles ont été cueillies, on les fait sécher au soleil, mais souvent on les laisse moisir, ce qui fait que ces feuilles ne sont que de quatrième ou cinquième qualité. C'est le séchage qui détermine en grande partie la qualité et, par conséquent, le prix du tabac. Seules, les grandes plantations ont des hangars de séchage.

Malgré les nombreux défauts de la culture et du traitement, on produit aux Philippines une très belle qualité de tabac, mais la plus grande partie du tabac est de qualité inférieure, il est endommagé au cours du procédé de séchage. Même avec le commerce de libre-échange qui existe entre les îles Philippines et les Etats-Unis, il est douteux qu'on puisse produire du tabac de belle qualité en quantité suffisante pour en faire un rival formidable du tabac américain. Il faudra des années pour enseigner aux indigènes la culture du tabac et le traite-

ment convenable à lui donner. Si la culture était faite avec plus de soins, un quart de la surface cultivée en tabac donnerait des profits plus forts que ceux obtenus actuellement.

Autrefois le gouvernement avait le monopole de la culture du tabac, mais aujourd'hui les indigènes sont propriétaires de leur propre ferme. Dans la province de Cagayan, il y a une population de 142,000 habitants avec 23,000 propriétaires de terres. On peut dire, sans crainte de se tromper, que chaque fermier possède son propre terrain. Une condition semblable se retrouve dans la province Isabella au sud de la province de Cagayan, province qui comprend le reste des terres cultivées en tabac. Un bout de terre produisant le meilleur tabac est une petite fortune pour les indigènes. En général, une famille vit sur une terre de moins d'un hectare (247 acres) la famille entière prend part au travail. Presque toute la population ouvrière de la vallée s'occupe d'une manière ou d'une autre de l'industrie du tabac. Bien que la plupart de ceux qui se livrent à la culture du tabac soient de petits propriétaires, il y a une demi-douzaine de grandes maisons opérant dans la vallée de Cagayan: les maisons espagnoles et allemandes dominent. La plus grande corporation est la "General Tobacco Co.", établie en 1882. Cette compagnie a commencé avec un très faible capital, mais aujourd'hui c'est la corporation la plus puissante existant dans les îles Philippines. Elle a un capital de \$17,000,000, sur lequel elle paie des dividendes généreux. Il n'y a qu'une seule compagnie américaine, la "Philippine Plantation Co.", dans la vallée. C'est la plus grande et la première Compagnie américaine qui ait cultivé la terre en grand depuis l'occupation américaine. Elle a acheté la vieille propriété Maguindad, de 44,000 acres, près de Tuguegarao. Elle a construit des bâtisses modernes sur la plantation qui est pourvue de l'outillage le plus moderne.

Le tabac des Philippines est vendu dans trente-cinq pays différents. De Canton à Pékin, la cigarette la plus dispendieuse et aussi celle qui est vendue le plus généralement est fournie au commerce dans un paquet de tabac de Manille fait en Autriche. Les cigares de Manille sont les plus populaires au Japon et se vendent 15 cents, bien que le gouvernement japonais lui-même ait le monopole de l'industrie du tabac, mais la valeur de la récolte du tabac des Philippines est insignifiante quand on la compare à la consommation mondiale. Cette valeur est estimée à \$5,494,627 pour l'année 1905, la valeur des cigares et des cigarettes produits dans la même année est estimée à \$14,250, soit un total de \$906,811 pour le tabac manufacturé. Dans cette même année, il a été exporté pour

\$1,374,892 de feuilles de tabac manufacturé. Il reste donc dans le pays du tabac manufacturé pour une valeur de \$3,212,924. En outre, une quantité probablement énorme de feuilles de tabac inférieur a été vendue aux indigènes des Philippines qui souvent roulent eux-mêmes leurs propres cigares avant de les fumer. Quand il est manufacturé dans d'autres pays, ce tabac rapporte de 30 à 50 fois son prix de vente.

Les plus grands consommateurs de tabac des Philippines sont les habitants eux-mêmes de ces îles; avec une population de plus de 8,000,000 d'habitants qui tous, même parmi les tribus païennes, sont des fumeurs incessants, y compris les femmes et les enfants, et avec d'autres districts où le tabac n'est pas cultivé pour la consommation de la famille, la consommation du tabac doit dépasser de beaucoup la valeur de l'exportation. Dans la vallée de Cagayan, il existe une coutume unique parmi les femmes qui fument un énorme cigare appelé "Tabaco Grande", qui a une longueur de trente pouces à trois pieds et un diamètre de plusieurs pouces. Ces énormes cigares durent un jour et demi ou deux jours. Quelquefois un "tabaco grande" est suspendu au milieu d'un appartement et toutes les femmes de la famille viennent y tirer une bouffée à leur tour. Les hommes fument des cigarettes ou le cigare de dimension ordinaire.

Quand le chemin de fer que l'on projette de faire pénétrer au cœur même de Luzon, pour relier Manille à Aparri, sera construit, l'industrie du tabac sera énormément stimulée par l'attention qui s'attachera alors à la vallée de Cagayan.

POUR EMPECHER LES GLACES DES DEVANTURES DE GELER

Le meilleur moyen pour empêcher les glaces des devantures de geler, dit le "Moniteur de la Cordonnerie", n'est pas dans l'emploi de divers produits dont on frotte les glaces, car de semblables procédés, outre qu'ils ne réussissent pas toujours, sont peu pratiques à employer. Pour éviter cet inconvénient si désagréable, long du plancher, va se chauffer en passant entre la tôle et le poêle et sort par les ouvertures du haut, en entraînant toute l'humidité qui était contenue dans la pièce; ainsi cette humidité ne se dépose pas sur les glaces de la devanture.

Un second moyen, meilleur encore, est d'avoir en hiver une seconde vitrine en verre ordinaire, éloignée de quatre pouces de la glace; cela forme un espace clos dans lequel on met un récipient rempli à moitié d'acide sulfurique concentré; celui-ci absorbe toute l'humidité contenue dans l'espace compris entre verre et glace, et ainsi aucune humidité ne se dépose sur cette dernière.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA			En drums, 1 lb....		1.00	Tabacs Ogden		La lb.
Cigarettes.			Virginity — drums, 1 lb....		1.25	Beeswing —		
	Par mille		Unique —			Tins décorées, 1s		1.10
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00		Pqts, 1/15s, boîtes 5 lbs..65	1/2 lb. tins, 4 lb. cartoons. . . .		1.15
Pet, 1/10..	12.00		Pqts, 1 lb, boîtes 5 lbs..61	1/4 lb. tins, 4 lb. cartoons		1.18
Sweet Caporal, en boîtes de 10....	8.50		Pqts, 1/2 lb., boîtes 5 lbs..60	1-8 pcks. 1 lb. cartoons		1.18
Athlete, boîtes de 10 ou pqts 10s	8.50		Lord Stanley — tins, 1/2 lb.. . . .		1.05	1-16 pcks. 1 lb. cartoons. . . .		1.25
Old Judge, en boîtes de 10s.. . . .	8.50		Hand Cut Virginia — tins, 1/4 lb..		1.00	Ogden's Navy Mixture —		
Majestic, 20s..	8.25		Duke's Mixture —			1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.		1.26
New Light, [tout tabac] 10s.. . . .	8.50		Pqts, 1/10 lb, cartoons 2 lb.. . .		.82	Turret Navy Cut —		
Sub Rosa [tout tabac]	8.50		Perique Mixture —			1/4 lb. tins, 5 lb. cartoons.		
Derby en pqts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55		En tins, 1 lb. et 1/2 lb....		1.15	Mild		1.36
Old Gold, 6 ⁴ (600) 3.78; 1/10s.. . .	6.30		Athlete Smoking Mixture —			Medium		1.22
Prince, 7, [700] 4.02; 10s.. . . .	5.75		1/2 and 1/4 lb. tins....		1.35	Full		1.22
Sweet Sixteen, pqts, 7s, 4.02; 10s.	5.75		Pure Perique —			1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
Murad, Turques, bouts en papier	12.00		1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.		1.75	Mild		1.40
Mogul, Turques, bouts en papier	12.00		St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins &		1.20	Medium		1.26
ou en liège	12.00		1/10 sacs..		1.20	Full		1.26
Mogul Magnums, bouts en papier.	16.00		P. X X X —			1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
Dardanelles [Turques] bouts en	12.50		1 lb. tins....95	Mild		1.50
papier 12.25, en liège ou argent.	15.00		1/2 lb. tins....		1.00	Medium		1.32
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00		1/5 tins....		1.00	Full		1.32
Yildiz Magnums, Bouts en papier,	20.00		Handy Cut Plug —			Tabacs américains à fumer		La lb.
en liège ou en or, 10s. et 100s.	5.83		1/5 pouches, 5 lbs boxes.90	Pride of Virginia —		
Virginia Brights, bte de 600, 3.50 .	7.00		1/2 lb. jars..90	1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons .		1.36
High Admiral, 10s....	5.75		Old Virginia —			Old English Curve Cut —		
Gloria, 7s [700] 4.02; 10s.. . . .	12.00		1 lb. tins....78	1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons.		1.30
Guinea Gold..	12.50		1/2 lb. tins....80	Bull Durham —		
Otto de Rose, 10s..	1.00		1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes....		.72	1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb.		
Tabacs à cigarettes.	La lb.		1 lb. & 1/2 lb. pcks, 5 lb. boxes..		.72	cartoons..		1.25
B. C. No 1, pqts, 1/12, btes 5 lbs..	1.00		Morning Dew Flake Cut —			Duke's Mixture —		
Puritan, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.. .	1.05		1-10 pcks, 5 lb. boxes..82	1-10 bags, 5 lbs. cartoons		1.08
boîtes 5 lbs.95		1-6 tins....		1.00	Richmond Gem Curly Cut —		
Derby, en tins, 1/4s....	1.20		1/2 lb. tins....94	1-8 pcks., 5 lbs. cartoons		1.43
Vanity Fair, pqts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.00		1-5 bags....88	1-4 pcks., 2 lbs. cartoons		1.60
Sultana, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.. .	1.00		Blue Star —			Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —		
" 1/2 & 1 lb, pqts, btes 5 lbs.	.96		1-12 pcks, 5 lb. boxes.83	1 lb. pcks., 5 lb. drums		1.22
Gloria, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.. .	.85		Favorite — 1/2 lb. tins....69	Tabacs américains à chiquer plugs		
Southern Straight Cut, paquets,	1.45		Champaign Cut Plug —			Battle Ax — 12 lbs caddies86
1/12s, btes 5 lbs....	1.15		1-10 pcks, 5 lb. boxes....80	Piper Heidsieck—10 lbs caddies		1.20
Old Judge, pqts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.35		1-5 tins....		1.00	Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.		1.15
Sweet Caporal, pqts 1/13s, btes 2	1.92		1/2 lb. tins....96	Horseshoe — 12 lbs. caddies50
lbs....	1.00		Khaki —			THE EMPIRE TOBACCO COMPANY		
Houde's Straight Cut No 1, pqts,	1.00		1-5 tins....		1.00	Tabacs à chiquer.		
1/12s, boîtes 5 lbs....	1.00		1/2 lb. tins....96	Bobs, 5s., Cads 21 lbs., 1-2 Cads,		
Dufferin, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		1-10 pcks, 5 lb. boxes....80	12 lbs.		38
Le Caporal, pqts, 1/12s, btes 5 lbs	1.00		Red Star —			Bobs, 10s., Butts, 24 lbs, 1-2 Butts,		
Harem [Turque], pqts, 1/16s, btes	1.35		1-12 pcks, 5 lb. boxes....83	12 lbs.		38
5 lbs....	1.25		Sweet Bouquet —			Bobs Bars, 5 3-5 cuts to the lb.,		
Kiosk [Turque], paquets, 1/16.. .	1.92		1/4 lb. tins....		1.36	1-2 Butts, 10 lbs.		38
Tabacs coupés à fumer.	La lb.		1/2 lb. tins....		1.25	Currency Bars, 9s., 10 cuts to the		
Old Chum —	1.00		Maryland —			lb., Butts, 25 lbs., 1-2 Butts,		
En tins, 1/6s....85		1-12 pcks, 5 lb. boxes....78	12 1-2 lbs.		38
En tins, 1/2 lb....85		1/4 lb. tins....78	Currency Navy, 2 x 4, 5 1-2s. to lb.,		
En tins, 1 lb....85		Gold Star —			1-2 Butts, 11 1-2 lbs.		38
Pqts, 1/10s, btes 5 lbs....85		1-10 pcks, 5 lb. boxes....80	Currency Navy, 10s., 1-2 Cads, 12		
En sacs, 1/5s., btes 5 lbs.88		M. P. [Perique Mixture].			lbs.		28
Puritan Cut Plug —	.85		1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes.. . .		.88	Stag Bars, 5s., Butts, 16 lbs. . . .		38
Pqts, 1/11s, boîtes 5 lbs..85		Houde's Celebrated Mixture —			Old Fox, 12s, butts 24 lbs, 1/2 butts		
En tins, 1/2 et 1/4 lbs.85		1-8 tins....		1.35	12 lbs.		48
En tins, 1/5s....93		Gold Crest Mixture —			Pay Roll, 10 1/2 oz. bars, 5 cuts to		
En tins, 1 lb.83		1/4 & 1/2 lb. tins....		1.35	the bar, 7 1/2 cuts to lb, butts 20		
Full Dress —	.95		Gold Dust —			lbs.		56
En tins, 1/5 et 1/2 lbs..82		1-10 bags, 5 lb. boxes....88	Pay Roll, 2 x 3, 7 to lb, 22 lbs.		
Meerschaum —	.84		1-12 bags, 5 lb. boxes....90	cads & 12 lbs 1/2 cads.		56
Pqts, 1/10s, btes 5 lbs..92		A. T. C. Mixture à fumer —			Pay Roll, 6 1/2 oz. bars, [thin]. 7 1/2		
En tins, 1/2 lb....80		En tins, 1/4 lb.		1.40	spaces to the lb. boxes, 5 lbs..		56
En sacs 1/5 btes 5 lbs80		En tins, 1-8 lb.		1.45	Moose, 14 1/2 oz. Bars, 5 cuts to bar,		
Ritchie's Smoking Mixture.	.80		Social Mixture			5 1/2 cuts to lb., 1/2 butts, 8 lbs.		40
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs..80		Pqts 1-10 btes 5 lbs75	Tabacs à fumer.		
En tins, 1/4 lb.95		En tins, 1-2 lb.75	Empire, 5s., 10s.		36
Ritchie's Cut Plug —	.71		Seal of North Carolina —			Rosebud Bars, 6s., Butts, 20 lbs.,		
Pqts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs..	.80		En tins de 1/2 et 1/4 lbs....		1.05	Boxes, 5 lbs.		45
Cut Cavendish —	.80		En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs.... . .		1.05	Amber, 8s, and 3s....		60
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs.. . . .	1.00		1/12, 1/8 & 1/4s, pqts, btes 5 lbs		.95	Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 17 lbs. butts..		50
Durham —	1.00		Old Gold —			Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 8 1-2 lbs. 1-2		
En sacs, 1/12s, btes 5 lbs.. . . .	1.00		1/12s et 1/8s, pqts, btes 5 lbs..		.95	Butts		50
En sacs, 1/6s, btes 5 lbs.. . . .	1.00		En tins, 1/8s....		1.05	Hudson, 8s cads, 20 lbs.		53
			Pqts, 1/4s, btes 6 lbs.95	Pacific, 8s cads, 20 lbs.		53
			En jars, 1 lb....		1.06	Starlight, 1 1/2 x 4, 7s, 8 1/2 lbs., 1/2 butts		50

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares	Le mille
Three Little Champions	
for 5c.	1/5.... 12.50
Côté's Fine Cherooots. . .	1/10.... 15.00
Quebec Queen.	1/20.... 15.00
V. H. C.	1/20.... 25.00
My Best.	1/20.... 25.00
Doctor Faust.	1/20.... 28.00
Doctor Faust	1/40.... 30.00
St-Louis [union].	1/20.... 33.00
Martin [union].	1/20.... 35.00
Havana Seconds	1/20.... 35.00
Champlain	1/20.... 35.00
V. C. [Union].	1/20.... 36.00
Martha [union].	1/20.... 55.00
El Sergeant Premium . .	1/40.... 55.00
El Sergeant R. V. C. . .	1/10.... \$60.00
J.C. Cl. Havane, Puritanos 1/20....	75.00

Tabacs Canadiens en feuilles

Balles de 25 et 50 lbs.

Connecticut B. .25 et 50	1905	0.14	0.15
Grand Havane B 25 et 50	1905	0.14	0.15
Parfum d'Italie A. . . .	1905	0.30	0.32

Petit Canadien	1904	0.25	0.27
Petite Plug 1-6	1905	0.10	0.12
Quesnel A.	25	1905	0.35 0.37
Quesnel A. M.	1905	0.35	0.33
Rôle No 40, 1-4	1905	0.32	0.34
Rouge A.	1905	0.20	0.22
Rouge G.	1900	0.18	0.20
Rouge Quesnel A. . . .	1904	0.25	0.27
Spanish	1904	0.16	0.18
Spread Leaf, Rouge . .	1905	0.15	0.16
S. Nouveau	1905	0.15	0.17
Petit Havane		0.20	0.22
S. Vieux	1904-1905	0.18	0.25

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs.	48
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs. 48	
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs.	55
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs.	60
Quesnel, 1/2, quantité à volonté. . . .	60
Côté's choice mixture, 1/4 tin.	75
Côté's choice mixture, 1/2 tin.	70
Côté's choice mixture, 1 lb.	65
Tabac en poudre: Rose, 32 cts.;	
Rose et Fève, 36 cts.; Fève, 34 cts;	

Rose Extra, 38 cts.; Râpé, \$1.25; Macca-ba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 34 cts.

THE EMPORIUM CIGAR CO., SAINT-

HYACINTHE

Cigares	Le mille
Club House.	1/20.... \$22.00
Le Petit Gars.	1/20.... 24.00
Little Perfectos.	1/20.... 26.00
El Maskal.	1/20.... 28.00
Red Bluff	1/20.... 25.00
La Captiva	1/20.... 30.00
The Good Ones.	1/20.... 33.00
Our Leader.	1/20.... 35.00
Peruna	1/20.... 35.00
Mont-Pelée.	1/20.... 37.00
Sir George.	1/20.... 55.00
Representative	1/20.... 52.00
Emporium.	1/20.... 55.00
Emporium	1/40.... 60.00
Our Clear Havana	1/20.... 55.00
La Pedida	1/20.... 60.00
El Corso.	1/20.... 70.00
La Pedida	1/10.... 90.00
Los Angeles	1/40.... 100.00

SAUVE PAR LE TABAC

L'alcool peut être ou ne pas être un aliment. Le tabac en est un, dit le "Mail" de New-York. Nous avons, pour appuyer notre dire, la parole de Lindsay B. Hicks. Et la parole d'un homme enterré pendant quinze jours dans les entrailles de la terre, a sa valeur au sujet de ce qui sauve la vie dans des circonstances qui semblent une garantie certaine de mort. L'air parvenait au mineur emprisonné par une crevasse qui s'était produite par hasard au moment où des tonnes de terre s'écroulèrent dans le puits; un tube de deux pouces de diamètre, enfoncé jusqu'à lui au travers de soixante-dix pieds de roc et de débris lui amenait des aliments liquides. Mais ce mineur croit que cet air et ces aliments ne l'auraient pas sauvé. "C'est ce tabac, disait-il, qui m'a sauvé la vie. C'est le meilleur aliment sur terre; sans lui, je serais maintenant un cadavre."

La vérité est que le mineur Hicks, enfermé pendant quinze jours dans la plus étroite et la plus sombre des cellules souterraines dont un homme soit jamais sorti vivant, serait mort fou ou victime d'une commotion nerveuse, sans son tabac. Son courage le sauva; sa palette de tabac et quelques miettes trouvées dans une blague vide furent l'aliment de son système nerveux qui entretenait son courage.

Un ancien guerrier indien qui avait suivi Crook, Miles et Custer dans leurs marches les plus pénibles, disait un jour que les soldats de la cavalerie régulière américaine pouvaient marcher trois jours sans eau et sans nourriture, pourvu que leur provision de tabac fût ample.

Les ennemis du tabac peuvent naturellement trouver dans ces faits un argument aussi fort que les amateurs de tabac. Les hommes qui ne s'y sont jamais

60 YEARS' EXPERIENCE

PATENTS

TRADE MARKS
DESIGNS
COPYRIGHTS &c.

Anyone sending a sketch and description may quickly ascertain our opinion free whether an invention is probably patentable. Communications strictly confidential. **HANDBOOK** on Patents sent free. Oldest agency for securing patents. Patents taken through Munn & Co. receive special notice, without charge, in the

Scientific American.

A handsomely illustrated weekly. Largest circulation of any scientific journal. Terms, \$3 a year; four months, \$1. Sold by all newsdealers.

MUNN & Co. 361 Broadway, New York
Branch Office, 625 F St., Washington, D. C.

habitué peuvent n'avoir jamais besoin d'y recourir pour se soutenir.

M. Jos. Côté, importateur et marchand de tabac en gros, à Québec, invite cordialement les marchands de tout le Dominion à visiter ses entrepôts. Cette maison bien connue des commerçants canadiens, a des tabacs des meilleures qualités et de toutes provenances. Elle offre une spécialité de tabac en feuilles, biscuits et sucreries. Les marchands de tabac pourront obtenir de M. Jos. Côté des livraisons promptes et à prix modérés.

The Miller & Lockwell Co., Ltd.

La maison Miller & Lockwell, fondée en 1896, à Québec, dont les cigares "Dixie" et "Polo" et le tabac en poudre "Fréchette" ont acquis dans le commerce et auprès des fumeurs et des priseurs une renommée bien méritée, a été incorporée par charte du gouvernement fédéral, le 28 décembre dernier, sous le nom de "The Miller & Lockwell Co., Ltd."

La nouvelle compagnie est formée au capital de \$100,000 divisé en 2,000 actions de chacune \$50. Elle a pour président M. C. J. Lockwell, pour vice-président, M. Jos. Douville et pour secrétaire-trésorier, M. E. Chouinard, ses autres directeurs sont MM. Ferd. Douville et J. N. Fleury, tous de Québec.

La qualité supérieure des produits de

la maison Miller & Lockwell a été tellement appréciée du public qu'ils ont une demande sans cesse croissante non seulement dans la province de Québec, mais encore dans les provinces d'Ontario, du Nouveau-Brunswick, de la Nouvelle-Ecosse et du Manitoba.

L'expansion soutenue des affaires dans toutes ces provinces et la perspective d'une expansion plus grande encore des ventes nécessitait une augmentation de capital. C'est pourquoi MM. Miller & Lockwell ont décidé de transformer leur société en Compagnie par actions au capital de \$100,000.

Il est évident pour nous que les actions de la Miller & Lockwell Co., Ltd., seront rapidement souscrites, si elles ne le sont déjà, car ce n'est pas souvent qu'une maison peut offrir à ses actionnaires en perspective une proposition aussi avantageuse que celle dont nous parlons; en effet la maison Miller & Lockwell avec des ressources plus limitées que celles qu'aura la compagnie a pu réaliser des profits, en 1905, de 18 1/2 p.c. et en 1906 de 23 1/2 p.c., y compris les intérêts payés aux banques, intérêts qu'elle n'aura plus à payer avec son nouveau capital.

La Compagnie se propose en outre d'ajouter à sa fabrication actuelle celle des cigares de tabac Canadien et de tabac en poudre d'où elle tirera un surcroît de profits.

Si nous comprenons bien, la Compagnie cherchera de préférence ses actionnaires dans le commerce de tabac en gros et en détail ainsi que les hôteliers, c'est-à-dire auprès de clients qui seraient ainsi intéressés à activer la vente des produits de la Compagnie.

Nous avons l'assurance que les succès du passé sont une garantie des succès futurs et que souscrire aux actions de la Miller & Lockwell Co., Ltd., c'est faire un placement avantageux.

Les marchands qui offrent à leurs clients le cigare Emporium n'ont pas à le regretter. Il n'y a pas de meilleur cigare pour le prix sur le marché. Aussi la vente de ce cigare prend-elle tous les jours de l'extension. Le cigare Emporium, fabriqué par la Emporium Cigar Co., St-Hyacinthe, Qué., malgré son prix relativement bas, vaut bien des cigares de haut prix.

Les Marchands de toutes les parties de la
Puissance sont tous bienvenus chez

JOS. COTÉ

*Importateur et Marchand
de Tabac en Gros* ~ ~ ~



SPECIALITES

*Le Tabac en Feuilles,
Biscuits et Sucreries.*

Prix Modérés. Service Prompt.

Bureau et Salle d'Echantillons : = = 188 Rue St-Paul

Entrepot : = = = = 119 Rue St-André

PHONE 1272.

Succursale : - 170 Rue St-Joseph. Phone 2007.

QUEBEC.



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumé.

"LANCET."

MONTREAL

VOL. VI



AVRIL 1907

No 4

LIQUEURS ET TABACS

LIQUORS & TOBACCOS

Essayez le Nouveau Cigare

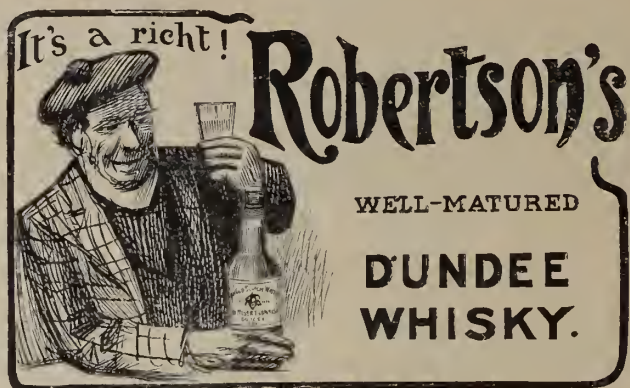
**FORTIER'S
CLEAR
HAVANA**

Fait des Meilleurs Tabacs de la Havane par des Cubains.

MANUFACTURE PAR

J. M. FORTIER, Limitée, MONTREAL.

MAISON
FONDÉE en 1827



LA MARQUE
La plus ANCIENNE

SEULS REPRESENTANTS AU CANADA
— POUR LES —

Vins de Port et Sherries de Feuerheerd

SPECIALITES:

PORT COMMENDADOR
SHERRY EMPERADOR

BUREAUX à MONTREAL : - - 41, rue des Communes

BUREAUX à WINNIPEG : - - Batisse Union Bank

BUREAUX à VANCOUVER : - rue Homer

Gérant Général pour le Canada :

HENRY O. WOOTTEN

41, RUE DES COMMUNES,
MONTREAL.

LIQUEURS

LIQUEURS ET TABACS—Revue Mensuelle publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2547, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux États-Unis \$1.00, strictement payable d'avance. France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur **un avis par écrit**, adressé au **bureau même** du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit : **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.

Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, AVRIL 1907

No 4

ASSEMBLEE GENERALE MENSUELLE

DE

L'Association des
COMMERÇANTS LICENCIÉS

de Vins et de Liqueurs

De la Cité de Montréal,

MERCREDI
3 AVRIL 1907

A 3 hrs p.m. très précises.

— AU —

Monument National

GENERAL MONTHLY MEETING

— OF THE —

LICENSED VICTUALLERS'
ASSOCIATION

OF MONTREAL,

WEDNESDAY
3rd of APRIL, 1907

At 3 p. m. sharp.

— IN THE —

Monument National

Association des Com-
merçants Licenciés
de Vins et de Li-
queurs de la Cité
de Montréal : : :

Incorporée en Juin 1884.

VICTOR LEMAY
Président.

L. A. LAPOINTE
Secrétaire.

DIRECTEURS :

H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARITEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES.
LAWRENCE A. WILSON
L. ETHIER, A. BLONDIN.

Prés. Hon.



JAS. MCCARREY
Vice-Prés.

VICTOR BOUGIE
Trésorier.

AVISEURS :

Maire H. A. ETERS,
M. MARTIN M. P.
Ech. C. ROBILLARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE,
Ex-Maire
J. M. WILSON,
J. M. FORTIER,

Licensed Victuallers'
Association of
Montreal: : : :

Incorporated June, 1884.

Aviser Légal: M. J. L. PERRON,
Auditeurs: F. A. CHAGNON et DAN. DAIGNEAULT.

TELEPHONES: { Bell Main 4187,
Des Marchands 621

Bureau: 66 Rue St-Jacques.

Assemblée Générale

General Meeting

MONTREAL, le 1er AVRIL 1907.

MONTREAL, APRIL 1st, 1907.

MONSIEUR,—L'Assemblée Générale Mensuelle
des Membres de l'Association aura lieu mercredi, le 3
Avril 1907, à trois heures p. m., très précises au
Monument National, No 296, Boulevard St-
Laurent, Chambre No 6.

SIR.— The General Monthly Meeting of the
Association will be held on Wednesday the 3rd of
April, 1907, at 3 p.m. sharp, in the Monument Na-
tional, No. 296 St. Lawrence Boulevard, Room No. 6.

Vous êtes respectueusement prié d'y assister.

You are respectfully requested to attend.

Par ordre, LE SECRÉTAIRE.

By order, THE SECRETARY.

AUX MEMBRES

TO MEMBERS

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que,
jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons
d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association
pour l'année 1907, à savoir :

Sirs,—I have the honor to inform you that up to
date the following Business Firms and affiliated
members are in good standing with the Association.
for the year 1907, viz :

BRASSEURS — BREWERS

MM. Dawes & Co.
" Wm. Dow & Co.

Agents de Brasseries—Brewery Agents.

M. P. L. N. Beaudry, (Labatt's).

Mfrs d'Eaux Gazeuses — Aerated Water Mfrs.

MM. C. Robillard & Cie.
" T. E. Truesdell (Chs. Gurd & Co.)

VIJS ET LIQUEURS—WINES & LIQUORS

MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited.
" F. X. St. Charles & Cie.
" Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd.
" F. Arpin & Cie, Marieville
" Meagher Bros. & Co.
" D. Masson & Cie.
" J. M. Douglas & Co, (a'ts, John Dewar & Sons, ltd.)
" Boivin, Wilson & Cie.
" Hudon, Hébert & Cie, Ltée.
" Laporte, Martin & Cie, Ltée.
" L. Chaput, Fils & Cie.
" Wm. Farrell, Ltd.
" N. Quintal & Fils.
" Gillespies & Co., (Agt., E. W. Parker.)

DISTILLATEUR — DISTILLER

M. H. Corby, Belleville, Ont.

Extraits de Bœuf, etc.—Beef Extracts, etc.

MM. Bovril Limited—Fluid Beef.
" Colonial Fluid Beef.

COMPTABLES—ACCOUNTANTS.

MM. Alex. Desmarreau.
" F. X. Bilodeau.

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

MM. Médéric Martin.
" W. R. Webster & Co. (Sherbrooke).
" L. O. Grothé & Cie.
" S. Davis & Sons.
" P. Chaput, (La Champagne).
" V. Forest.

DIVERS — MISCELLANEOUS

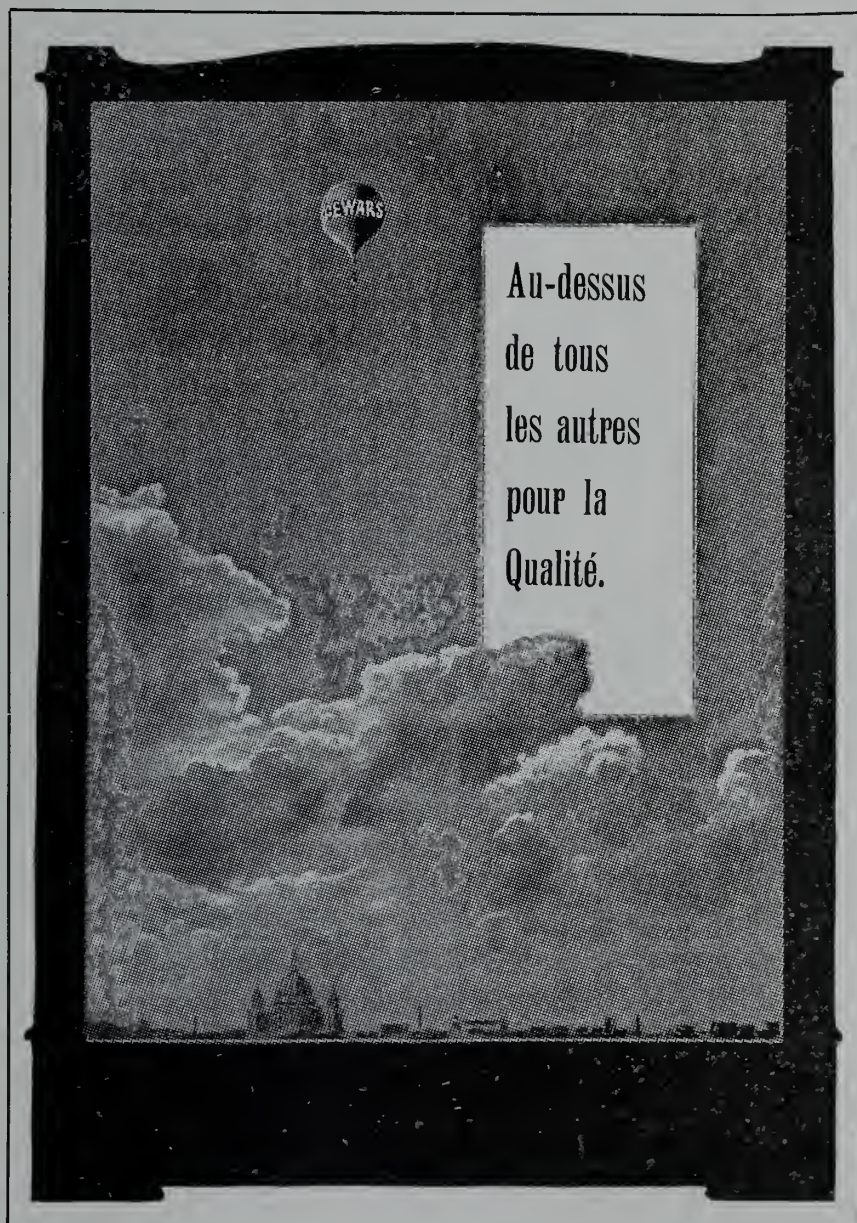
MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
" Edouard Biron, Notaire Public.
" Otto Zepf, Mch. de Bouchons.
" Cousineau, Raymond & Hall, Agts. d'Imm.
" A. P. Pigeon, Imprimeur.

MARCHANDS — MERCHANTS

MM. Siméon Beaudin, Valleyfield.
" H. H. Guay, Victoriaville.
" J. O. Girard, Fraserville.
" L. Bécigneul, Lac Mégantic.

DEWAR'S

Le Whisky de Haute Réputation.



DEWAR'S

Le Whisky de Haute Réputation.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction d'exiger le paiement des contributions de 1907 et des arrérages dûs à l'Association. En conséquence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés d'en faire parvenir le montant au Secrétaire aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,
Votre obéissant serviteur,
L. A. LAPOINTE.

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

FEES ARE NOW DUE

I have received instruction from the Board of directors to collect the fees of 1907 and arrears due to the Association. Consequently those who have not yet paid are requested to send in the amount to the Secretary, as soon as possible.

I have the honor to be, Sir,
Yours truly,
L. A. LAPOINTE.

ASSEMBLEE GENERALE MENSUELLE
DE L'ASSOCIATION DES COMMER-
CANTS LICENCIES DE VINS
ET LIQUEURS DE LA
CITE DE MONTREAL

Une assemblée générale mensuelle des membres de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal, a eu lieu, au Monument National, sous la présidence de M. Victor Lemay, le 6 mars 1907.

Etaient présents: MM. Jas. McCarrey, Victor Bougie, H. A. Dansereau, Naz. Gauthier, A. J. Ayotte, Nap. Tremblay, Jos. Bariteau, E. Massé, Théophile Goulet, Jos. Gosselin, L. A. Meunier, Jos. Taillon, Z. S. Aubut, W. E. Courville, Jos. Thounin, A. Crépeau, Jos. Landry, Ls Lafetière, A. Blondin, F. A. Chagnon, A. Boileau, E. Chapdelaine, A. N. Monast, C. Gauthier, Ls Pozner, C. Lareau, N. Caron, Jos. Moreau, V. Brault, Jos. Laporte, A. Baillargeon, Ernest Trudeau, Jos. Roch, Jos. Simard, P. Simard, N. Trudeau, H. Piché, T. McBrearty, John Donahue, P. Ryan, E. Archambault, W. Méthot, F. X. Gauthier, M. Patenaude, P. McGoogan, Aug. Trudeau, Charles Gravel, Jos. Dupont, Charles Lafleur, M. Hall, H. Villeneuve, D. Corbell, Jos. Boyer, M. J. Murphy, H. Grenier, J. Colas, D. J. Ouimet, U. Crépeau, A. Beauchamp, C. Labelle, Edouard Ladouceur, Théo. Bougie, T. Séguin, John O'Connor, H. Courtois, Jas. Walker, C. R. Willis, A. Boiron, O. Leroux, A. Leroux, A. Robert, E. Normandeau, P. Bergevin, W. Cadieux, T. Larue, A. Bouchard, Jules Durand, E. Tremblay, H. Guy, A. Hétu, Jos. Cusson, A. Fortier, Noé Cloutier, J. H. Laing, O. Pouliot, H. Labbé, P. Meehan, C. Hébert, Jos. S. Cardinal, Ovil Leroux, P. Cazalais, Charles Genest, J. B. Péloquin, P. Scullion, D. Bougie, H. Lacoste, Jas. Cahill, Jos. Gravel, P. Thibault, O. Lachapelle, G. D. Simard, E. Knox, Théo. Ethier,

Jos. Neveu, F. X. Brazeau, A. Guibault, Ls St-Germain, M. Durracq, A. Bourdeau, O. Séguin, F. X. St-Jean, Jos. Pullan, W. Roy, A. Dupéré, A. Thounin, G. Lebel, T. Brisson, P. Lalonde, A. Pé-sant, A. Lauzon, A. H. Lacroix, Z. Larocque, A. Henri, A. Côté, Z. Longpré, O. Longpré, P. Roussel, P. Belhumeur, A. Cazalais, Jos. Giard, W. Kearney, H. Allard, J. A. Girouard, A. Sauvé, N. S. Schetagne, I. Nantel, A. Hinton, E. Thibodeau, John Harris, S. Grégoire, L. St-Jean, F. X. Brisebois, F. X. Poirier, A. Richot, J. Damphousse, C. Trépanier, Jos. Bélisle, O. Lajeunesse, A. Lafrance, Jos. Lareau, E. Ménard, O. Oiseau, A. Couture, Jos. Lamarche, O. Zepff, N. Trudeau, P. Bernage, T. Lavallée, D. Richard, Ls Larue, D. Champagne, Jos. Valiquette, O. S. Reinhardt, le secrétaire et un grand nombre d'autres.

Les minutes de la dernière assemblée sont lues et confirmées.

Le rapport mensuel du trésorier est soumis et approuvé.

Après certaines explications du secrétaire à propos de certains amendements à la loi des licences, la discussion s'engagea sur la question des Trusts des brasseries et des moyens à prendre pour les combattre.

Ont prit la parole: MM. E. Ménard, Jas. McCarrey, Noé Cloutier, V. Bougie, Alex. Boiron, Jos. Gravel, Jules Colas, Wm. Kearney, le secrétaire et le président.

Tous ces messieurs ont donné vent à leur indignation, au sujet de la formation de ce "Combine", en ont démontré les conséquences désastreuses pour le commerce et suggéré les meilleurs moyens à adopter pour le combattre.

Les résolutions suivantes furent adoptées unanimement, au milieu des applaudissements enthousiastes de l'assemblée.

"Attendu que la récente augmentation dans les prix fixés par les brasseurs, sur la bière n'est motivée par aucune cir-

constance raisonnable, mais qu'elle n'est établie que par une "Combine".

"Attendu que l'action de cette "Combine" ne peut que causer un tort considérable aux relations commerciales et régulières, en rendant impossible toute concurrence entre acheteurs et vendeurs, puisqu'elle impose un tarif absolu et tout-à-fait arbitraire, injuste et vexatoire.

"Attendu que cette "Combine" est arbitraire en autant que l'augmentation qu'elle décrète, ne s'applique pas à tous également.

"Attendu que les "Combines" sont illégaux et qu'ils sont l'objet d'une clause spéciale dans le Code criminel du Canada.

"Résolu que l'association proteste et s'élève de toutes ses forces contre l'augmentation établie et le bureau de direction est autorisé à s'opposer à et à combattre cette "Combine" par tous les moyens que de droit.

Et il est, de plus, résolu:—

"Que les membres de cette Association verront avec plaisir l'organisation d'une Compagnie devant établir, construire ou acquérir une brasserie à laquelle les membres de cette Association s'engagent à donner tout leur appui et leur support."

Le secrétaire fait rapport que les personnes suivantes ont été admises membres de l'Association depuis sa dernière assemblée.

MM. Adélard Décarie, hôtelier, 3739 Notre-Dame; Arthur Décarie, hôtelier, 2007 St-Jacques; Francis Longtin, hôtelier, 3619 Notre-Dame; Z. Bourdeau, hôtelier, 3487 Notre-Dame; F. Rousseau, hôtelier, 3403 Notre-Dame; Xavier Brisebois, hôtelier, 49 Ste-Emélie; R. Renaul, hôtelier, 1625 St-Jacques; Montpetit & Gibeault, hôteliers, 3361 Notre-Dame; N. Leroux, hôtelier, 1709 St-Jacques; F. A. Carpentier, hôtelier, 1979 St-Jacques; Ls St-Germain, hôtelier, 138 Ste-Marguerite; Joseph Boyer, hôtelier, 2341 St-Jacques; D. Marcotte, hôtelier, 2217 St-Jacques;

Jules Robin & Cie

COGNAC



LE

COGNAC

Jules Robin & Cie,

a été le leader sur le marché
canadien pendant au-delà d'un
demi-siècle et entend conser-
ver sa position

En vente chez tous les principaux
Négociants en Vins.

JOHN HOPE & CO.,

Agents pour le Canada,

A. Pinsonneault, hôtelier, 259 Ste-Marguerite; V. Brault, hôtelier, 1738 St-Jacques; E. Lecours, hôtelier, 1972 St-Jacques; Julien Martineau, hôtelier, 3171 Notre-Dame; W. Cadieux, hôtelier, 54 Napoléon; David Champagne, hôtelier, 222 Richelieu; O. Séguin, hôtelier, 1451 St-Jacques; A. Côté & St-Jean, hôteliers, 173a Atwater; F. X. St-Jean, 122 Vinet; F. X. Brazeau, hôtelier, 3204 Notre-Dame; Auguste Trudeau, hôtelier, 3317 Notre-Dame; Maurice Durracq, hôtelier, 3164 Notre-Dame; Joseph Ritchot, hôtelier, 3057 Notre-Dame; L. Dansereau, hôtelier, 28 Napoléon; F. X. Paquette, hôtelier, 131a Atwater; Wm. Landry, hôtelier, St-Guillaume, P. Q.; Jos. Goderre, hôtelier, 27 Craig Est.

Et la séance est levée.

IMPORTANT

Différents projets et propositions sont actuellement sous considération pour nous protéger contre la "Combine" des Brasseurs et la détruire.

Il est donc très important que vous ne vous engagiez d'aucune manière en faveur de quelque projet que ce soit qui pourrait vous être soumis, avant de connaître la décision de l'Association.

Nous avons sujet de croire qu'avant longtemps cette "Combine" sera brisée.

IMPORTANT

Several projects and propositions are actually under consideration to protect us against and break Brewers' "Combine".

Consequently it is most important for you not to bind yourself to any projects or propositions that may be submitted to you, before knowing the decision arrived at by the Association.

We have good reasons to believe that the "Combine" will soon be a matter of the past.

ASSEMBLEE DU BUREAU DE DIRECTION DE L'ASSOCIATION DES COMMERCANTS LICENCIÉS DE VINS ET LIQUEURS DE LA CITE DE MONTREAL.

A une assemblée du Bureau de Direction qui a eu lieu le 21 mars, sous la présidence de M. Victor Lemay, président de l'Association, étaient présents:

MM. Jas. McCarrey, Victor Bougie, H. A. Dansereau, A. J. Ayotte, Nap. Tremblay, Naz. Gauthier, Jos. Bariteau, Eug. Massé et le secrétaire.

Les minutes de la dernière assemblée sont lues et approuvées.

Il est résolu d'accepter la résignation de M. H. Boismenu, comme membre.

Les correspondances suivantes sont soumises et lues:

De M. Henry Veuilleux, Sherbrooke, Re Contribution et Brasserie; de M. J. P. Jutras, Sherbrooke; Re Brasserie; de MM. H. Corby, Belleville, Ont.; E. H. Messier, Sutton; J. O. Girard, Fraser-ville; H. Cartier, St-Jean; Roch Fournier, Village Richelieu; G. Nolin, Lacolle; D. Raymond, Montréal, Re Contribution; de M. A. Brosnan, Re Loi des licences; de M. Jos. Lévy, Re Démission de M. H. Boismenu.

Il est résolu unanimement de rayer de la liste les membres suivants, comme ayant cessé les affaires:

Paul Dubuc, Roch Fournier, Jos. De-Isle, A. Choinière, E. H. Messier.

Il est proposé par M. Victor Bougie, secondé par M. Naz. Gauthier, que les personnes suivantes soient admises membres de l'Association:

F. X. Poirier, hôtelier, 3887 Notre-Dame; C. Trépanier, hôtelier, 3695 Notre-Dame; Isaïe Lalonde, hôtelier, 1638 St-Jacques; Jos. Dagenais, hôtelier, 1623 St-Jacques; Eméry Larocque, hôtelier, 197 Ste-Elizabeth du Portugal; Georges Sproule, hôtelier, 1721 Ste-Catherine Est; Joseph Dampousse, hôtelier, 93 Ste-Emélie; G. Normandin, hôtelier, 3536 Notre-Dame.

Adopté à l'unanimité.

Le secrétaire soumet à l'Assemblée les résolutions suivantes, adoptées par l'assemblée mensuelle de l'Association tenue le 6 mars courant:

"Attendu que la récente augmentation dans les prix fixés par les brasseurs, sur la bière, n'est motivée par aucune circonstance raisonnable, mais qu'elle n'est établie que par une "Combine", etc., etc.

"Résolu que l'Association proteste et s'élève de toutes ses forces contre l'augmentation établie et le bureau de direction est autorisé à s'opposer et à combattre cette "Combine" par tous les moyens que de droit".

Et il est de plus

"Résolu que les membres de cette Association verront avec plaisir l'organisation d'une Compagnie devant établir, construire ou acquérir une brasserie à laquelle les membres de cette association s'engagent à donner tout leur appui et leur support."

Le secrétaire, après la lecture de ces résolutions, ajouta: "Plusieurs projets et moyens ont été soumis et mis à l'étude entre le président, le trésorier et moi-même. De fait, nous avons obtenu l'option exclusive de l'achat d'une brasserie; une compagnie possédant déjà sa charte nous a fait plusieurs propositions; une autre en voie de formation nous en a fait d'autres.

Nous avons cru devoir faire certains déboursés pour retenir cette option.

Nous ne sommes arrivés encore à aucune conclusion et nous demandons votre approbation sur ce qui a été fait jusqu'à

ce jour et l'autorisation de continuer nos démarches.

Ce rapport et ces remarques sont corroborés par MM. le président et le trésorier qui eux-mêmes, font part de leurs propres observations.

Après délibération, il est proposé par M. Nazaire Gauthier, secondé par M. Eugène Massé, que ce rapport verbal soit approuvé et les observations acceptées; que, de plus, le président, le secrétaire et le trésorier soient autorisés à continuer les démarches commencées, et à mettre sur leurs gardes les membres de l'Association, en les avisant de ne s'engager en faveur d'aucun projet ou proposition quelconque avant de connaître à quelle décision l'Association en est arrivée.

Adopté unanimement.

Sur la recommandation du président, il est résolu unanimement de donner instruction au secrétaire d'attirer l'attention des autorités du revenu et de l'Hon. trésorier Provincial sur les infractions commises tous les jours par certains clubs licenciés, qui tiennent dans leurs établissements des bars réguliers et qui vendent généralement à tout venant et ce contrairement à la loi.

Puis l'assemblée s'ajourne.

LES VINS MOUSSEUX

Il existe deux sortes de vins mousseux: les uns sont obtenus par la fermentation, suivant le procédé champenois, les autres par l'introduction, dans le vin en bouteilles, d'acide carbonique. Celui-ci est obtenu maintenant très pur; on a généralement renoncé à le produire par l'action de l'acide sulfurique sur le carbonate de chaux sous forme de craie; ainsi préparé, il serait susceptible de communiquer au vin un goût terreux; on remplace avantageusement la craie par le bicarbonate de soude. D'ailleurs certaines industries de fermentation, telles que celles de distillerie, fournissent ce gaz dans d'excellentes conditions. Celui-ci est employé immédiatement après sa fabrication, ou mis en réserve sous forme liquide.

Quelle que soit l'origine du gaz carbonique qui donnera plus tard la mousse, il convient de procéder, à ce moment de l'année, à la préparation des vins destinés à être travaillés en mousseux. Ceux-ci doivent être de bonne conservation et bien clairs. En vue d'obtenir ce double résultat, on commence par ajouter une substance tanifère, que l'on dissout dans de l'eau-de-vie ou de l'alcool bon goût; cette solution est versée dans le vin, puis répartie dans toute la masse par un fouettage convenable. Les petits vins blancs exigent des quantités de tanin supérieures aux grands vins. Vingt-quatre heures après ce tanisage, on colle; on

OTTO ZEPF, Gérant.

FREYSENG CORK COMPANY, LIMITED.

Coupés
à la Machine

BOUCHONS

Coupés
à la Main.

Nous réparons les extracteurs de bouchons de tout genre.
Confiez-nous vos réparations. Nos prix sont modérés.

655-661, RUE ST-PAUL,
MONTREAL, QUE.

TELEPHONE BELL: MAIN-844.

BISQUIT "Old Liqueur"

(20 ANS D'AGE)

— ET —

"Une Etoile" BRANDY DE PUR RAISIN

Méfiez-vous des Substitutions.

Exportés par

Bisquit, Dubouché & Co.,

JARNAC — COGNAC

ETABLIS EN 1819.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

WALTER R. WONHAM & SONS,

MONTREAL.



emploie souvent dans ce but la colle de poisson; l'opération doit se faire en cave, afin d'éviter les élévations de la température, qui feraient remonter la colle par suite du dégagement de gaz qui reste dissous à basse température. Dès que le vin est clair, on soutire dans des fûts sains et propres.

Les vins que l'on transformera en mousseux doivent être corsés, avoir de 11 à 12 degrés Gay-Lussac; s'ils étaient un peu faibles, il y aurait intérêt à les additionner légèrement de bonne eau-de-vie: ils seront francs de goût et de jolie couleur. L'acidité convenable est de 62 à 77 grains par quart exprimée en acide sulfurique, il est vrai que certains fabricants travaillent des vins contenant 92½ et même 108 grains d'acide, mais ce sont là des chiffres extrêmes. Si le vin est trop mou, il faut procéder à une addition d'acide tartrique à raison de 23 grains de ce produit par 15,432 grains d'acidité au-dessous des chiffres normaux que nous venons d'indiquer. Lorsqu'au contraire le vin est trop vert, on le corrige par un coupage avec un vin peu acide ou par une addition de tartrate neutre de potasse.

Jusqu'à ce moment, la préparation du vin est identique dans les deux méthodes. Mais pour déterminer la prise de mousse dans le procédé champenois, on ajoute une liqueur de tirage, renfermant 1.10 livres de sucre par quart, de façon à porter la teneur du vin après l'opération à 303 ou 385 grains de sucre par quart. La fermentation dure généralement trois mois. Au contraire la gazéification artificielle, à l'aide d'appareils semblables à ceux dont on se sert pour la fabrication des eaux gazeuses, permet d'obtenir facilement et immédiatement de l'acide carbonique dans le vin à rendre mousseux; ces appareils se composent d'un générateur, d'un gazomètre, d'un saturateur à double sphère, et d'une pompe à sirop.

Dans le procédé champenois, il se forme pendant la fermentation un dépôt que l'on fait tomber peu à peu au voisinage du bouchon par la mise sur la pointe: on installe les bouteilles, jusqu'à l'épaule, le goulot en bas, dans des ouvertures régulièrement ménagées dans une planche inclinée, appelée pupitre. Chaque jour, on fait tourner la bouteille d'un sixième de tour, en la secouant légèrement. Lorsque la chute des impuretés vers la pointe est complète, on pratique le dégorgement; on expulse le dépôt par le seul fait de la pression interne de la bouteille, en faisant sauter le bouchon. On remplace le liquide écoulé par une liqueur de dosage; celle-ci se prépare en faisant fondre 352½ livres de sucre candi blanc, avec 33 gallons d'excellent vin vieux; on agite et, après dissolution, on filtre, on alcoolise avec une dizaine de litres d'eau-de-vie de bonne

qualité; les proportions des composants de la liqueur de dosage varient d'ailleurs avec le goût du consommateur; on utilise parfois celle-ci avec du vin de Porto ou de Madère ou avec du kirsch. Chaque maison a sa formule spéciale.

Pour les vins gazéifiés, on peut se dispenser du dégorgement, puisque le vin n'est pas destiné à subir une nouvelle fermentation dans les bouteilles. Mais on met cependant une liqueur de dosage, avant même le tirage du vin dans les bouteilles et la gazéification. L'appareil comporte une pompe à sirop composée d'un bâti en fonte qui supporte un récipient contenant la liqueur de dosage à introduire.

Evidemment les vins gazéifiés ne renferment aucune substance nuisible, mais ils n'ont pas toutes les qualités des vins mousseux réputés de la Champagne et du Saumurois. Ces derniers subissent dans les bouteilles la fermentation complète du sucre ajouté, comme l'aurait fait le sucre de raisin lui-même; il produit alors non seulement l'alcool et le gaz carbonique, mais des éléments très intéressants tels que l'acide succinique et la glycérine; cette substance, que les vins obtenus par la méthode champenoise renferment en moyenne à la dose de 92 à 108 grains par quart, contribue à leur donner du moelleux et de la finesse. On ajoute bien dans les deux cas la liqueur de dosage, mais elle ne peut compenser l'absence de ces produits naturels, dans le procédé de gazéification par l'acide carbonique industriel.

G. Thomas.

EN VOYAGE

M. Hormisdas Laporte, de la maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, a quitté Montréal jeudi soir à destination de St-Jean, N.-B., en compagnie de Madame Laporte. De là, M. et Mde Laporte s'embarqueront sur l'"*Empress of Ireland*" pour un voyage de plusieurs mois en Europe. En premier lieu, ils se rendront à Paris où se trouvent actuellement le Dr Le Cavalier et Madame Le Cavalier, leur fille. Durant son absence, M. Laporte a l'intention de visiter la France, la Belgique, la Hollande, l'Italie, l'Espagne, l'Angleterre, l'Ecosse et l'Irlande. C'est, en même temps un voyage d'agrément et un voyage d'affaires que fait l'ancien maire de Montréal.

Nous souhaitons à M. et Mde Laporte un excellent voyage.

Personnel

— M. J. S. Labatt, de l'importante brasserie John Labatt, de London, Ont., est actuellement à Montréal pour affaires concernant la succursale de cette maison dans la métropole.

LA LOI DES LICENCES DE QUEBEC

Comprenant tous les amendements à date

Titre et Application

SECTION XXIX.

DES POURSUITES

(Suite).

§ 2.—Jugements.

CXCVIII. Chaque fois qu'une poursuite, intentée en vertu de la présente loi, a été instruite devant deux juges de paix, jugement peut être prononcé par l'un d'eux en l'absence de l'autre, pourvu que ce jugement soit couché par écrit et qu'il soit signé par les deux juges de paix.

CXCIX. Chaque fois qu'une poursuite a été instruite devant deux juges de paix, et qu'ils ne tombent pas d'accord sur le jugement à rendre, l'un ou l'autre de ces juges peut signer un certificat à cette fin, et le transmettre au percepteur du revenu, qui, sur ce, peut intenter une nouvelle action pour la même contravention.

CC. Faute de paiement de toute amende imposée et de toute somme réclamée en vertu de cette loi, le contrevenant condamné à les payer doit être emprisonné et détenu pendant une période de trois mois dans la prison commune, à moins qu'une autre période de détention ne soit prescrite par cette loi. (2 Ed. VII, chap. 13, sec. 9).

CCI. La peine de récidive contre quiconque subit une nouvelle condamnation, pour une contravention de même nature et espèce, en vertu de cette loi, excepté dans les cas autrement prévus, est du double du montant imposé pour la contravention précédente, et d'un emprisonnement de six mois à défaut de paiement.

CCII. Dans les cas mentionnés dans les articles 200 et 201 et dans tous les autres cas où semblable disposition légale existe, le jugement ou la conviction doit contenir un dispositif condamnant le défendeur à cet emprisonnement.

§ 3.—Frais.

CCIII. Dans toutes les poursuites ou actions intentées devant la cour de circuit, les honoraires du greffier de ce tribunal, de l'avocat et de l'huissier, sont les mêmes que ceux qui sont présentement alloués dans le tarif des honoraires pour la classe d'actions de vingt-cinq à quarante piastres.

Dans toutes les autres poursuites ou



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.

“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR

HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.

WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS :

LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS: WALTER R. WONHAM & SONS

6 RUE ST-SACRAMENT, MONTREAL.

actions, les honoraires suivants sont accordés :

a. Aux greffiers :—

Pour sommation,—original . . .	\$ 0 20
“ chaque copie	0 10
“ <i>subpoena</i> ,—original	0 20
“ chaque copie	0 10
“ mandat,—original	0 30
“ chaque copie	0 10
“ cautionnement,—original . .	0 30
“ chaque copie	0 10
“ mandat de saisie-exécution et vente	0 30
“ mandat d'emprisonnement .	0 30
“ chaque témoin assermenté .	0 10
“ “ déposition écrite . . .	0 30
“ minutes des procédures dans chaque cas	0 50
“ conviction	0 30
“ copie de conviction	0 20
“ mémoire de frais	0 20
“ certificat de taxe	0 10

b. A l'huissier, officier de la paix ou aux constables :—

Pour le service de sommation, mandat, <i>subpoena</i> ou ordre et rapport	\$ 0 20
“ chaque mille parcouru pour signifier les dites pièces (sans octroi des frais de route pour re- tour)	0 20
“ chaque arrestation à l'ex- clusion des frais de route	1 00
“ saisie et vente en vertu d'un mandat de saisie- exécution et vente, y compris la publication, (mais à l'exclusion des frais de route)	1 50
“ saisie seulement, non sui- vie de la vente	0 75

c. A l'avocat :—

Lorsqu'il n'y a point de té- moins examinés	5 00
Lorsque des témoins sont exa- minés	8 00

d. Aux témoins, une piastre par jour, et dix centins pour chaque mille parcouru par eux pour se rendre au tribunal lorsqu'ils résident à plus de cinq milles de l'endroit où se tient ce tribunal.

CCIV. Il ne doit pas être adjugé de frais contre le percepteur du revenu, dans les actions ou poursuites intentées en vertu de la présente loi, mais, sur la recommandation du tribunal ou du percepteur du revenu, le trésorier de la province peut, à sa discrétion, payer à la personne en faveur de laquelle le jugement a été prononcé contre le percepteur du revenu les frais ou l'indem-

nité qu'il juge que cette personne a équitablement le droit d'avoir.

CCV. Dans toute poursuite en vertu de cette loi, de l'acte de tempérance de 1864 ou de la deuxième partie de l'acte de tempérance du Canada, si le percepteur du revenu de la province assiste aux séances du tribunal comme poursuivant ou témoin, et parcourt pour assister aux séances d'un tel tribunal une distance de plus de trois milles de son domicile, le juge de paix ou les juges de paix chargés de l'instruction de la cause peuvent alors taxer contre le défendeur, s'il est trouvé coupable, à titre de frais dans la cause, pour couvrir le coût du billet de chemin de fer ou de transport du percepteur du revenu de la province, ou de toute personne déléguée par lui, pour assister à la dite poursuite, comme suit, savoir :

1. S'il voyage en chemin de fer ou en diligence, les prix qu'il est forcé de payer ;

2. S'il voyage dans une voiture de louage, les sommes réellement exigées pour un cheval, une voiture et les droits de péage ;

3. S'il voyage dans sa propre voiture, dix centins par mille pour un seul trajet ;

Et, pour couvrir toutes autres dépenses, une somme additionnelle d'une piastre par jour sera allouée.

Dans le cas où la cause est ajournée à la demande du défendeur, il est permis de prélever de semblables taxes additionnelles contre le défendeur, lorsque le percepteur du revenu de la province assiste réellement aux séances du tribunal.

Les frais de route et autres dépenses seront certifiés sous serment par le percepteur du revenu de la province.

CCVI. Dans toute poursuite intentée en vertu de cette loi, de l'acte de tempérance de 1864 ou de la deuxième partie de l'acte de tempérance du Canada, les frais de témoignages, pris par écrit, sténographiés ou autrement, seront inclus dans les frais taxés de l'action.

§ 4.—Exécution des jugements.

CCVII. A défaut de paiement immédiat de l'amende et des frais, le poursuivant peut, lors de la reddition du jugement ou de la conviction, ou en tout temps pendant le délai, s'il en est accordé au défendeur, opter pour un emprisonnement pendant le temps mentionné dans le jugement ou la conviction, ou pour l'émission immédiate d'une saisie contre le défendeur.

Dans le dernier cas, le montant de cette amende et des frais est prélevé par mandat de saisie et vente des meubles et effets du défendeur ; et, à défaut de meubles et effets ou dans le cas où ils sont insuffisants, le défendeur

est emprisonné, mais dans l'un ou l'autre cas il peut se libérer de l'emprisonnement, en payant en entier l'amende, les frais encourus jusqu'à conviction et les frais subséquents.

CCVIII. Sauf dans le cas de paiement complet comme susdit, nul défendeur emprisonné en vertu de quelque disposition de cette loi n'est libéré par le fait d'un défaut de forme dans le mandat d'emprisonnement, ni sans un avis dûment signifié au poursuivant, et aucun paiement partiel n'affecte ni ne modifie les termes du jugement prononcé contre lui, en autant que l'emprisonnement est concerné.

CCIX. Est passible d'une amende de quarante piastres, quiconque, sachant ou ayant raison de croire qu'un mandat d'emprisonnement a été remis contre quelque personne en vertu de la présente loi, empêche l'arrestation du défendeur ou procure ou facilite, par conseil, action ou d'une autre manière quelconque, au défendeur, les moyens d'éviter l'arrestation.

CCX. L'exécution d'un jugement rendu par la cour de circuit peut avoir lieu à l'expiration de deux jours à compter de sa date.

CCXI. Lorsque la contrainte par corps est exercée devant la cour de circuit, elle est accordée par un des juges de la cour supérieure ou de la cour de circuit, ou par le greffier de la cour de circuit, sur requête sommaire exposant que le défendeur n'a pas payé toute l'amende ou la somme réclamée et les frais de la poursuite.

Il n'est pas nécessaire de donner au défendeur un avis de cette requête.

CCXII. Chaque terme d'emprisonnement en vertu de cette loi est compté du jour de l'incarcération.

CCXIII. Si la condamnation est pour avoir vendu ou permis qu'il fût vendu des liqueurs enivrantes à bord de quelque bateau à vapeur ou bâtiment, sans la licence requise, l'amende et les frais peuvent être également prélevés par saisie et vente des agrès et de l'ameublement du bateau à vapeur ou du bâtiment à bord duquel ces liqueurs ont été vendues.

CCXIV. Le tribunal peut, à sa discrétion, dans le cas d'une première offense commise par le porteur d'une licence octroyée en vertu de la présente loi, si l'amende et les frais ne sont pas immédiatement payés, fixer un jour ultérieur pour en faire le paiement, et ordonner que le défendeur soit mis en arrestation, à moins qu'il ne s'engage par cautions en une somme non moindre que le montant de l'amende et des frais, à la satisfaction du tribunal, qui est par la présente loi autorisé à recevoir le cautionnement sous forme d'obligation ou autrement à sa discrétion, à comparaître au jour indiqué :—si, au

Les "BARTENDERS"

QUI SAVENT FAIRE

UN BON "JOHN COLLINS"



Le Préparent

avec du



C'est une vieille boisson, d'une pureté extrême, dont le goût agréable donne un bouquet exquis aux "JOHN COLLINS."

Les connaisseurs les plus difficiles préfèrent de beaucoup le "CLUB OLD TOM GIN" aux meilleures marques importées.



SI VOUS NE L'AVEZ JAMAIS ESSAYÉ
ÉCRIVEZ-NOUS UNE CARTE POSTALE,
ET NOUS VOUS ENVERRONS UN . . .

ECHANTILLON GRATIS

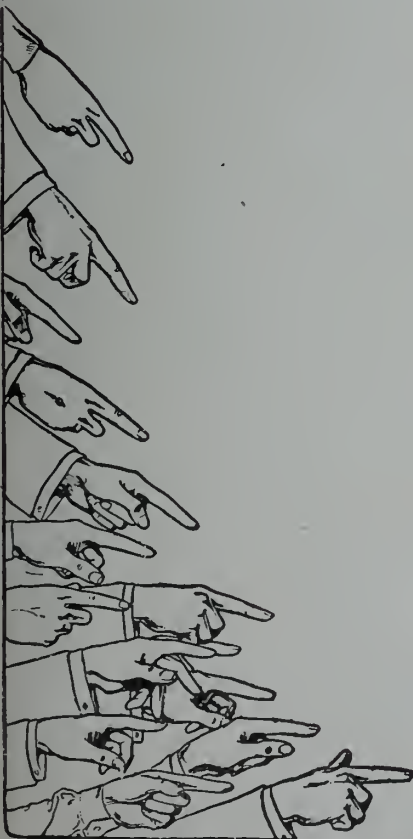
AVEC NOS PRIX.



Boivin, Wilson & Cie,

520, RUE SAINT-PAUL

MONTREAL, Canada.



jour ainsi indiqué, l'amende et les frais ne sont pas payés, le plaignant peut faire option, et le défendeur doit être traité d'après les termes de l'article 207.

CCXV. Lorsqu'une femme mariée a été condamnée à la suite d'une action intentée en vertu de la présente loi, le plaignant peut exercer l'option de procéder par voie de saisie et vente des biens, soit de la femme mariée, soit de ceux de son mari, et, de plus, dans le cas où les biens de l'un d'eux seraient trouvés insuffisants, contre les biens de l'autre, pourvu qu'ils résident habituellement ensemble.

CCXVI. Sur condamnation d'un membre d'une société en vertu de la présente loi, le droit du poursuivant de procéder par voie de saisie et de vente peut, dans le cas où les biens et effets du défendeur sont trouvés insuffisants, être exercé contre les biens et effets de la société se trouvant dans les lieux où la contravention a été commise.

§ 5.—*Recours par certiorari ou prohibition.*

CCXVII. (1) A moins que dans les huit jours qui suivent une conviction, un jugement ou ordre, dans une poursuite ou action intentée en vertu de la présente loi, le défendeur ne dépose entre les mains du greffier, des juges de paix ou du tribunal qui a prononcé le jugement le montant en entier de l'amende et des frais, et de plus une autre somme de cinquante piastres comme garantie de paiement des frais qui peuvent être encourus, nulle action, poursuite ou conviction, et nul jugement ou ordre, ne peuvent être évoqués par *certiorari* à aucun autre tribunal;—à défaut de l'accomplissement de ces formalités, l'avis de demande de *certiorari* ne doit suspendre, ni retarder, ni affecter l'exécution des convictions, jugements ou ordres.

2. Le tribunal ou le juge auquel telle demande est faite, doit décider de la question au mérite, sans tenir compte d'aucune variante entre la plainte et la conviction, d'aucun défaut soit à la forme soit au fond, pourvu qu'il apparaisse par la conviction que la condamnation a été prononcée et signée pour une offense contre quelque disposition de la présente loi, par un juge de paix, un recorder, un magistrat de police ou un magistrat de district, dans les limites de sa juridiction, qu'il apparaisse de plus par telle conviction, qu'on a alors eu l'intention d'infliger la pénalité ou la punition applicable à cette offense; et chaque fois qu'il appert que la plainte a été décidée au mérite et que la conviction est valide, en vertu de la présente loi, elle ne doit pas être mise de côté. Dans le cas où le dos-

sier original est devant le tribunal ou le juge, il est remis au tribunal inférieur.

3. Il n'y a aucun appel de ces convictions, jugements ou ordres devant aucune cour de sessions de la paix ni devant la cour du banc du roi.

4. Le *certiorari* n'arrête pas l'exécution d'une sentence d'emprisonnement contre une personne condamnée pour la troisième fois pour l'offense d'avoir vendu des liqueurs enivrantes sans licence, à moins d'un dépôt de deux cents piastres fait sans délai, entre les mains du percepteur du revenu après la conviction prononcée; et ce dépôt appartient à la couronne, si la conviction n'est pas infirmée.

5. Toute personne, demandant un bref de prohibition au sujet de toute chose faite ou qu'on veut faire, en vertu de cette loi, doit au préalable déposer, entre les mains du protonotaire du tribunal devant lequel cette demande est faite, la somme de cinquante piastres, pour couvrir le paiement des frais de la partie adverse, si la demande est renvoyée.

L'émission du bref de *certiorari* ou de prohibition doit être demandée dans les huit jours qui suivent la date du jugement, et, en même temps que l'émission est demandée, doit être déposé le plein montant de l'amende et des frais en sus de la somme ci-haut mentionnée; et les procédures subséquentes sont sommaires et doivent continuer de jour en jour.

§ 6.—*Amendes.*

CCXVIII. Lorsqu'une poursuite est intentée par le percepteur du revenu de la province en son nom, l'amende recouvrée doit être appliquée de la manière suivante, savoir:

1. Si toute l'amende et le montant des frais ont été recouverts:

(a) Si l'amende n'excède pas soixante piastres: un quart au percepteur du revenu de la province; un quart au dénonciateur, s'il y en a un, et la balance au fonds consolidé du revenu de la province;

(b) Si l'amende excède soixante piastres, mais n'excède pas quatre-vingts piastres: un quart au percepteur du revenu de la province; quinze piastres au dénonciateur, s'il y en a un, et le reste au fonds consolidé du revenu de la province;

(c) Si l'amende excède quatre-vingts piastres: au percepteur du revenu de la province, vingt piastres; au dénonciateur, s'il y en a un, quinze piastres, et le reste au fonds consolidé du revenu de la province.

2. Si l'amende et les frais en entier n'ont pas été recouverts, le montant perçu est employé d'abord au paiement

des frais, et la balance est partagée entre le percepteur du revenu, le dénonciateur, s'il y en a un, et le fonds consolidé du revenu de la province, dans la proportion déterminée par le paragraphe précédant de cet article.

CCXIX. L'amende ou les frais ou le montant recouvré sont payables entre les mains du percepteur du revenu pour le district, lequel doit sans délai appliquer, diviser et répartir le montant perçu en la manière prescrite par l'article 218.

CCXX. (1) Sujette aux dispositions du deuxième paragraphe de l'article 165, lorsque la poursuite est intentée par une corporation municipale, l'amende recouvrée est employée de la manière suivante:

(a) Si toute l'amende et le montant des frais ont été recouverts, la moitié de l'amende appartient à la municipalité, avec obligation d'en remettre la moitié au dénonciateur, s'il y en a un, et la balance est remise au trésorier pour former partie du fonds consolidé du revenu;

(b) Si le montant total de l'amende et des frais n'a pas été recouvré, le montant recouvré est appliqué d'abord au paiement des frais, et la balance est répartie dans la manière et dans la proportion indiquées dans le paragraphe précédent.

2. Les dispositions de l'article 219 s'appliquent au présent article et à l'article 218.

CCXXI. Abrogé.

CCXXII. Il ne doit être accordé aucune remise d'amende imposée en vertu de la présente loi, ni aucune suspension, avant ou après jugement, de procédures intentées en vertu d'icelle, sauf les délais que le tribunal pourra juger à propos d'accorder dans l'intérêt des parties intéressées.

Le pouvoir de faire remise de certaines amendes conféré au lieutenant-gouverneur en conseil par l'article 825 des statuts refondus, ne s'applique pas aux amendes imposées en vertu de cette loi.

§ 7.—*Dispositions additionnelles concernant les poursuites.*

CCXXIII. A moins de dispositions contraires, toute poursuite intentée en vertu de la présente loi doit être commencée dans les deux mois de la contravention si elle a eu lieu dans l'une ou l'autre des cités de Montréal et de Québec; dans les douze mois, si c'est dans le district de revenu du Saguenay, et dans les quatre mois de la contravention, si elle a eu lieu dans toute autre partie de la province.

Toutefois la limitation de temps ci-dessus ne s'applique pas à la confiscation de liqueurs enivrantes saisies avant

Brandy une Etoile

DE

HENNESSY

Un Brandy exceptionnellement fin, à bas prix.
C'est un alcool de pur raisin — avec un bouquet
bien développé—et chaque bouteille est garantie
avoir six ans d'âge.

Un brandy splendide à servir dans un bar —
convenant particulièrement pour " Brandy et
Soda."

PROCUREZ-VOUS LES PRIX

— DES —

High Wines

ET DE

l'Alcool Standard

(E. W. Parker — Montreal)

Un alcool neutre, incolore, convenant à tous les usages.
Garanti par le Gouvernement Canadien avoir mûri en entrepôt
pendant deux ans.

GILLESPIES & CO.,

MONTREAL.

Agents vendeurs.



jugement: le jugement du tribunal confiscant telle liqueur peut être demandé et rendu en tout temps.

CCXXV. Après avoir produit un plaidoyer de dénégation générale, le percepteur du revenu peut prouver tous les faits de nature à établir toute défense spéciale comme s'il l'avait plaidée.

Sur rejet ou discontinuation de la plainte ou action, le défendeur a droit à une condamnation pour les dépens en sa faveur, contre la partie adverse.

CCXXVI. Si le jugement est rendu en faveur du demandeur, et si le tribunal certifie que le défendeur avait des motifs raisonnables pour justifier sa conduite, le demandeur n'a pas droit aux dépens, et il ne doit recouvrer que des dommages nominaux.

CCXXVII. Tout greffier de la paix, des juges de paix, du recorder, du magistrat de district, du magistrat de police, et le greffier de la cour de circuit, doivent, dans le cours des mois d'avril et d'octobre de chaque année, transmettre, sous une pénalité d'une piastre pour chaque jour qu'ils négligent volontairement de le faire (telle pénalité à être recouvrée de la manière prévue pour le recouvrement des pénalités en vente de la présente loi), au trésorier de la province, un tableau de toutes les poursuites intentées en vertu d'icelle, qui ont été portées devant eux et jugées dans les six mois finissant le trente et un mars et le trente septembre respectivement; ce tableau doit mentionner le nom des juges ou des juges de paix devant qui chaque cause a été portée, les noms de chaque défendeur, la date du jugement et le montant de l'amende ou autre condamnation dans chaque cas.

Et si, pendant ces six mois, aucune poursuite n'a été intentée, ils doivent, sous la même pénalité, transmettre un rapport à cet effet.

CONSEQUENCES DESASTREUSES DES EXIGENCES DES MAGISTRATS ANGLAIS CONCERNANT L'EAU- DE-VIE

"BRANDY" ou "COGNAC"

[Du Moniteur de Cognac.]

Les sentences des tribunaux de police anglais exigeant la proportion de 80/100, 000 d'éthers pour une eau-de-vie pur vin ont eu comme conséquence d'amener une révolution tout à fait regrettable dans le commerce du "brandy" dans le Royaume-Uni. Depuis cette époque les importateurs de ce pays, au lieu de donner leurs préférences à l'eau-de-vie la meilleure au goût pour le prix, ont dû se préoccuper avant tout du quantum d'éthers qu'elle contenait et qui leur permettait

de la revendre en toute sécurité et sans crainte de poursuites.

Cette préoccupation primant toutes les autres, aussi bien du côté des acheteurs que de celui des vendeurs, il en est résulté qu'au lieu d'améliorer les qualités, de rendre leurs types les plus fins au goût et à l'odorat, certains exportateurs et certains importateurs se sont surtout ingéniés à offrir des eaux-de-vie "pure grape" quelconques, n'ayant souvent aucun rapport et aucune ressemblance avec les eaux-de-vie expédiées anciennement de Cognac, c'est-à-dire avec le produit très spécial qui avait fait autrefois du "brandy" un spiritueux si apprécié et si répandu en Angleterre.

Il y a là un très gros danger pour les maisons de Cognac, pour lesquelles il serait tout-à-fait désastreux que le commerce anglais, ne s'attachant qu'à se mettre en règle avec les exigences des sentences des magistrats britanniques au sujet de la proportion des éthers exigée pour que l'eau-de-vie puisse être vendue comme "pure grape", ou même simplement comme "brandy" tout court, devint indifférent à sa provenance et à l'espèce d'eau-de-vie vendue.

Jadis, qui disait "brandy" disait **eau-de-vie de Cognac**. Il y avait bien du "British brandy", du "Spanish", de l'"Egyptian" ou du "Californian brandy", mais d'une façon générale, lorsqu'on parlait de "brandy", sans y ajouter un autre qualificatif déterminatif, il s'agissait de l'**eau-de-vie de Cognac**. Seulement, le mot "Cognac" n'était pas énoncé à côté du mot "brandy" parce que le genre et l'espèce étaient, alors, le plus souvent confondus. Mais aujourd'hui, il n'en est plus de même, et le marché anglais est de plus en plus inondé d'eaux-de-vie qui n'ont aucun rapport avec les eaux-de-vie de Cognac et qui, ayant les 80/100,000 d'éthers réglementaires, au dire des magistrats, pour avoir droit à la qualification de "brandy", sont préférées par le commerce anglais à des eaux-de-vie venant des Charentes et ayant conservé un goût agréable aux consommateurs anglais, mais n'ayant pas toujours la même proportion d'éthers: ce qui est actuellement la seule chose que l'acheteur recherche.

De sorte que les poursuites engagées n'ont pas supprimé la vente des eaux-de-vie coupées avec l'alcool neutre puisqu'on rencontre une certaine quantité de ces eaux-de-vie coupées auxquelles on a ajouté des éthers factices, et elles auront contribué à pervertir les habitudes du commerce en le faisant se jeter sur toute eau-de-vie satisfaisant les analyses par sa teneur en éthers au détriment des vraies eaux-de-vie charentaises qui antérieurement faisaient la base de ce commerce.

Dans la branche du "brandy", les expéditeurs de Cognac avaient, en effet, ac-

quis dès l'origine et avaient toujours conservé une situation privilégiée: leurs produits étaient plus appréciés que ceux de toutes les autres régions et de tous les autres pays. Mais à partir du jour où les exigences des magistrats leur avaient suscité de tous côtés la concurrence d'eaux-de-vie "pure grape", de toutes provenances, ayant les éthers voulus pour être vendues sous le nom de "brandy" cette appellation générique devait n'être plus suffisante aux expéditeurs de Cognac pour désigner leurs produits et leur conserver la place prépondérante qu'ils avaient toujours eue dans cette branche de spiritueux. Le nom de provenance "Cognac" doit désormais être joint à celui de "brandy".

C'est la solution que, prévoyant ce qui arrive aujourd'hui, nous avions proposée dans le "Moniteur de Cognac" il y a déjà longtemps, en préconisant deux appellations différentes: celle de "brandy", pour toute eau-de-vie de vin, quelle qu'en soit la provenance et celle de "**Cognac brandy**" pour les eaux-de-vie venant du district de Cognac.

C'est, du reste, cette distinction indispensable qui a été faite récemment aux Etats-Unis par le bureau de chimie du ministère de l'Agriculture à Washington. D'après les définitions publiées par le Dr Wiley, la distinction est très bien établie entre le mot "brandy" applicable au genre, et le mot "cognac" applicable à l'espèce.

Il faudrait qu'elle fût faite en Angleterre par les moyens jugés les plus pratiques, sinon l'étalon chimique des magistrats risquera de causer le plus grand dommage aux négociants de Cognac, le commerce anglais ne s'inquiétant plus de la provenance d'une eau-de-vie, mais uniquement de sa teneur en éthers.

On offre actuellement sur le marché anglais des eaux-de-vie "guaranteed pure grape" de toutes provenances qui n'ont **aucune ressemblance avec les anciennes eaux-de-vie de Cognac**.

Il serait très malheureux que le commerce anglais n'établisse pas de distinction entre les unes et les autres, car en délaissant les véritables eaux-de-vie de Cognac pour leur préférer des eaux-de-vie "pure grape" provenant de n'importe où, on introduira dans la consommation des eaux-de-vie si inférieures avec l'apparence d'un produit "genuine" que le public se déshabituera de plus en plus de l'usage de ce spiritueux.

Il y aurait lieu, dans l'intérêt des exportateurs de Cognac et des marchands anglais, de parer au plus vite aux conséquences fâcheuses de poursuites menaçant d'ouvrir la porte, sous prétexte d'exigences chimiques, à des eaux-de-vie dont le goût des consommateurs anglais avait jusqu'ici préservé ceux-ci.

Quant au commerce de Cognac, s'il tolère que, sous prétexte qu'une eau-de-vie

OU EN EST VOTRE STOCK?

Voici le moment de passer en revue
votre Stock et de remplir les vides.

Nous sommes à vos ordres avec des Marques qui
seront beaucoup demandées, parce qu'elles
sont AVANTAGEUSEMENT connues
et libéralement annoncées.

BRANDY RICHARD. — Nous prenons actuellement les ordres d'importation, livrables à l'arrivée au printemps, en entrepôts ou droit payés : envoyez-nous vos ordres pour ce cognac excellent qui a fait sa marque au Canada.

SCOTCH MITCHELL. — Le fameux Scotch Whisky E. S. L. se trouve dans les Bars et Hôtels de premier ordre. Tous les hôteliers devraient en avoir. Nous créons la demande à leur profit.

BASS ALE et PORTER ANGLAIS de DAUKES & Cie, Marque "SHIP." — La maison Daukes et Cie est une des plus fortes et des plus connues en Angleterre. Ses Bières et Porters sont délicieux. Nous les vendons en pintes, chopines et "Splits." Prix les plus bas du marché.

LAGER MILLER "HIGH LIFE." — Avec le retour des temps doux, il va y avoir une demande plus accentuée pour cette bière exquise, limpide, d'une belle couleur ambrée. Ne négligez pas cette marque : vos clients la demanderont.

CHAMPAGNE PIPER-HEIDSIECK. — Nous avons l'Agence de cette vieille Maison fondée en 1785 et dont la réputation s'étend dans le monde entier. Nous sommes prêts à coter cette marque—brut et sec—en pintes et en chopines. Un Champagne d'une haute qualité, apprécié par les connaisseurs.

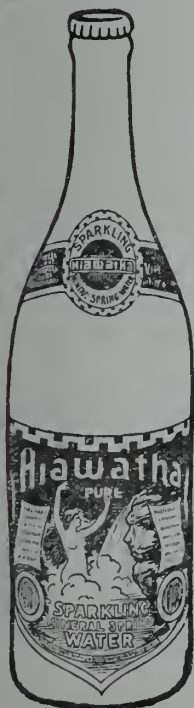
HIAWATHA. — Eau de table effervescente, la plus pure, la plus limpide, la plus agréable que vous puissiez boire. Voici le moment où il s'en consommera beaucoup, Nous en vendons beaucoup.

Ecrivez, Téléphonez ou Télégraphiez à

LAPORTE, MARTIN & CIE, LIMITEE

Epicerie, Vins et Liqueurs en Gros

MONTREAL.



est "guaranteed pure grape", elle puisse être confondue avec l'eau-de-vie du district de Cognac, il court rapidement à son suicide.

Il n'a qu'à demander l'application en Angleterre de la sage réglementation adoptée aux Etats-Unis.

Cognac Brandy: tels sont désormais les deux mots indissolublement liés dont il faut à tout prix assurer la fortune dans le Royaume-Uni, ce qui forcera les importateurs et les consommateurs de ce pays à établir une différence entre une eau-de-vie quelconque et l'eau-de-vie spéciale, comme provenance et comme qualité, qu'on récolte dans les Charentes.

Le vent est d'ailleurs à la défense et à la propagation des noms de provenance. Le mot "**Cognac**" devrait être aussi répandu en Angleterre que le mot "brandy".

Et s'il en était ainsi, on ne verrait pas aujourd'hui des eaux-de-vie quelconques "guaranteed pure grape" concurrencer les véritables eaux-de-vie de Cognac. Il est temps d'aviser.

UN LABEUR OPINIÂTRE NE SUFFIT PAS AU SUCCÈS

Il n'est pas d'autre lieu commun dont on ait plus abusé que de celui par lequel on prétend faussement que des hommes arrivés à un bon résultat doivent leur succès principalement, ou comme beaucoup disent, presque uniquement à un labeur opiniâtre et incessant. Les Grecs et les Latins qui n'ont jamais adoré le travail, ne se faisaient pas d'illusions à ce sujet. Les anciens Grecs et Romains et les Français et Italiens modernes ont reconnu que pour arriver à la première place dans une affaire quelconque, il faut au moins avoir un certain génie. En Allemagne et en Angleterre, pays dont le climat peu généreux a toujours obligé l'homme à travailler péniblement pour son existence, on s'accorde à dire qu'un effort laborieux est le point essentiel pour réaliser toutes les ambitions.

Mais dans aucun pays, le dieu du travail n'a été aussi porté aux nues qu'en Amérique. Invitez une douzaine d'Américains éminents dans les lettres, l'industrie, la politique et les professions libérales à donner leur avis sur le succès : ils répondront en chœur que le succès dépend principalement d'un travail intense beaucoup plus que du nombre d'heures de travail reconnu par les unions. L'opinion que le travail est la principale et la seule chose nécessaire au succès est fautive. C'est parce que cette opinion est fautive qu'elle a causé plus de mal et qu'elle devrait être réfutée aussi souvent qu'elle est émise.

Ceci ne veut pas dire que le travail acharné ne soit pas nécessaire. Il faut en réalité qu'un homme ait du génie pour arriver au sommet de l'échelle, sans se donner beaucoup de peine. Mais cette

peine n'est pas la seule chose nécessaire. Chacun connaît des hommes qui ont fait tous les efforts dont ils étaient capables pour atteindre le but qu'ils s'étaient proposé, mais qui ont été devancés par des rivaux sans que ceux-ci se soient donné autant de peine que les premiers. Le travail opiniâtre est un facteur important pour arriver au succès, mais il y a deux autres facteurs qui n'ont pas moins d'importance et qui, dans beaucoup de cas, en ont davantage. Ces deux facteurs sont le hasard et les capacités naturelles.

L'avocat et le médecin ayant une grande pratique, l'homme d'affaires riche, attribuent égoïstement leur succès à leur énergie et à leur génie quand le hasard seul y a joué le plus grand rôle. Un petit nombre de triomphes dus au hasard, un petit nombre de défaites dues également au hasard dès le début ont été la cause du succès ou de l'insuccès dans un grand nombre de professions libérales.

Combien de grosses fortunes il y a aux Etats-Unis, dues uniquement à un placement heureux dans des immeubles ou des mines ! Les fortunes des Astor, des Mackay, des Stanford, des Fair, des Hearst sont le produit du hasard.

Nous n'accordons pas au hasard le crédit qu'il mérite. Faire un bel héritage est une chance. Le succès de Gladstone, de Darwin, du grand réformateur Beatham ne sont-ils pas dus en grande partie aux richesses accumulées par leurs ancêtres, qui leur ont épargné la nécessité de gagner leur vie et leur ont permis d'employer tout leur temps à la carrière qu'ils avaient choisie ?

Après tout, la grande chose essentielle au plus haut succès n'est pas la chance ; ce n'est pas non plus le travail opiniâtre ; c'est une capacité naturelle. Darwin a peut-être été le plus grand génie du XIX^e siècle. Il a eu, comme on l'a déjà fait remarquer, la chance de faire un fort héritage et il a travaillé sans relâche. Réunissant dans sa carrière tous les facteurs qui ont été mentionnés comme contribuant au succès, il était peut-être mieux qualifié que tout autre homme pour parler sur ce sujet. Il a dit :

"Une haute autorité a déclaré que le génie était de la patience et dans ce sens, la patience signifie une persévérance indomptable. Mais cette compréhension du génie est défectueuse, car sans une haute imagination et une grande puissance de raisonnement, le succès ne peut s'obtenir dans nombre de lignes".

Les capacités naturelles sont le cerveau qui conçoit et la main qui exécute, l'énergie est leur instrument, l'occasion est le matériel qu'elles façonnent. Une bonne intelligence et un bon tour de main exécutent beaucoup avec des instruments médiocres et des matières inférieures. Les instruments et le matériel les

meilleurs ont peu de valeur dans une main faible et sont sans aucune utilité entre les mains d'un homme dépourvu d'intelligence.

Nous avons dit plus haut que le dogme de l'infailibilité du travail a causé beaucoup de mal. Quels ont été ses résultats néfastes ? D'abord, il a empêché beaucoup d'hommes et de femmes de produire tout ce qu'ils étaient capables de produire et il les a rendus malheureux pour le restant de leur vie, en leur faisant embrasser des carrières pour lesquelles ils n'avaient aucune aptitude.

"Ce dogme, qu'un labeur opiniâtre est la seule chose nécessaire au succès, dit S. O. Dunn, un auteur sur le commerce et l'industrie, conduit à la conclusion qu'on peut embrasser une carrière quelconque aussi bien qu'une autre si on est laborieux et si on a assez de persévérance, et des milliers de personnes en sont arrivées à cette même conclusion et ont agi en conséquence. Au lieu de réfléchir à ce que leurs talents plus ou moins limités leur permettaient de faire, elles n'ont considéré que ce qu'elles aimeraient faire et s'y sont essayées en se fiant à leur propre énergie. Elles se sont rendu compte trop tard que le travail seul n'accomplit pas tout, que pour être efficace, il doit être guidé par des capacités et une aptitude naturelles.

"Un autre effet pernicieux de cette théorie a été de stimuler beaucoup de personnes ambitieuses, jusqu'au surmenage. C'est sans aucun doute la cause de nombre de prostrations nerveuses. Il faut bien appuyer sur le fait que ce n'est pas la quantité de travail faite par un homme qui compte à la longue, mais la quantité de bon travail ; un corps et un esprit constamment fatigués ne peuvent pas donner la plus grande somme possible de bon travail.

"Les Grecs avaient inscrit à l'entrée du temple de Delphes le précepte suivant : "Connais-toi toi-même". La connaissance de soi-même est la chose la plus importante. Tout jeune homme débutant dans la vie devrait se rendre compte de ce qu'il peut faire physiquement et mentalement, puis essayer de le faire. La nature est une mère partialle. A l'un, elle donne un seul talent, à un autre, elle en donne cinq et à un autre, elle en donne dix. Celui qui a placé avec soin un petit capital et qui en retire un bas taux d'intérêt est dans une situation financière meilleure que celui qui fait un placement dans une entreprise promettant de gros intérêts et qui perd à la fois capital et intérêts. Il vaut mieux être un machiniste expert qu'un avocat mourant de faim, il vaut mieux être un marchand prospère à la campagne que faire faillite à la ville, il vaut mieux réussir modestement et conserver sa santé que de s'épuiser par le travail et n'arriver qu'à un succès relatif.

—AU COMMERCE—

Nos forts stocks de Vins et de Liqueurs, achetés en Europe l'automne dernier, diminuent rapidement.

Les qualités ont donné beaucoup de satisfaction.

Notre Stock actuel comprend les articles suivants :

60	Fûts, Old Tom Gin et London Dry Gin.	
1200	Caisses, Old Tom Gin et London Dry Gin.	
200	Caisses, Bourgognes Rouge et Blanc, Mousseux et non Mousseux.	
110	Caisses, Vins du Rhin, comprenant Laubenheimer, Niersteiner, Hockheimer, Steinwein, Rudesheimer, Liebfraumilch, Johannisberg et Royal Scharzberg.	
75	Caisses, Hock Moussex, Rouge et Blanc.	
200	“ Sauternes.	
400	“ Champagne.	
500	“ Vichy St-George [recommandée par le gouvernement français].	
300	Fûts et 2000 Caisses, Whisky Ecossais et Irlandais. Pintes et Chopines Impériales.	
700	Caisses, Whisky Ecossais et Irlandais, 24 flasks.	
550	“ “ “ “ 48 demi-flasks.	
250	Fûts et 1500 Caisses de Brandy, pintes.	
400	Caisses de Brandy, demi-bouteilles.	
600	“ “ 24 flasks.	
800	“ “ 48 “	
50	Fûts, Vieux Rhum de la Jamaïque, 40 O.P.	
300	Caisses, “ “ “ pintes.	
400	“ “ “ 24 flasks.	
400	“ “ “ 32 “	
200	Fûts, Gin de Hollande.	
3000	Caisses, “ “ Rouge, Vert, Violet et Bleu.	
100	Fûts, Sherries Gonzalez & Byass, comprenant Claro, Pandon, Giralda, Vino de Pasto, Amontillado, Fino et Jubilee, aussi	
200	Caisses, Sherry Idolo.	
100	“ Sherry Christina.	
800	“ Claret, pintes et chopines, comprenant St-Julien, Château-Margaux, Club, Pontet-Canet et Château Brule.	
150	Fûts, Vin d'Oporto et 600 Caisses comprenant Rich Douro de Burmester, Old Crusted, Toreador, Royal Black et Vin d'Oporto Blanc.	
200	Caisses et 8 “ Hogsheads ”, 10 Quartauts, Vermouth français.	
100	“ 4 “ 5 “ et 8 Octaves, Vermouth italien.	

Echantillons et prix des articles ci-dessus fournis avec plaisir sur demande.

—Lawrence A. Wilson Co., Limited, Montreal.—

ENCORE LES CLUBS

Nous donnons, dans une autre partie de ce numéro, le compte-rendu de la dernière assemblée du bureau de direction de l'Association des Commerçants Licenciés en vins et liqueurs. On verra dans ce compte-rendu que la question des clubs n'est pas encore morte.

Depuis nombre d'années cette Association combat pour l'extinction des faux clubs sociaux qui n'existent qu'au mépris de la loi et grâce à la négligence ou à la connivence de ceux qui sont chargés de veiller à l'exécution de la loi des licences.

Le commerce régulier ne peut tolérer qu'à côté de lui vienne s'installer sous de faux prétextes un commerce irrégulier, illégitime à vrai dire, qui le prive d'une grosse part des affaires qui lui reviennent de plein droit.

Les commerçants licenciés pour la vente des vins et des liqueurs, sont de tous les commerçants, ceux qui paient les plus lourdes taxes; le Trésor provincial et le Trésor Municipal leur font payer cher le droit d'exercer un commerce aussi légitime que nécessaire dans tout pays civilisé.

Ce droit de commercer qu'ils achètent si cher leur confère également celui d'être traités avec justice.

Or, quand il s'est agi d'augmenter le prix des licences, on a fait valoir auprès des hôteliers et restaurateurs que le nombre des licences étant désormais limité à 400 à Montréal, cette limitation donnait à leur licence et à leurs établissements une plus grande valeur.

Mais à côté des commerçants licenciés se sont implantés de prétendus clubs qui non seulement n'ont pas les charges des hôteliers et des restaurateurs, mais, de plus, jouissent d'avantages que ne connaissent pas ceux qui paient des frais de licence énormes.

Ces prétendus clubs vendent de la boisson à tout venant et à toute heure du jour et de la nuit. Le dimanche alors que tous les bars régulièrement licenciés doivent être fermés sans exception, les buvettes des clubs ne désemplassent pas.

On nous dira bien que la loi a été amendée en ce qui concerne les clubs et qu'elle ne tolère pas de buvette dans de tels établissements; on nous dira encore que la loi amendée permet l'inspection de ces clubs; qu'enfin les formalités pour l'obtention d'une licence de club sont plus rigoureuses qu'elles ne l'étaient autrefois. Oui, on nous dira tout cela. Mais cela n'empêche pas que certains clubs font fi de la loi et que ceux qui demanderaient à être inspectés, comme la loi le voudrait, ne sont l'objet d'aucune surveillance.

Les amendements apportés à la loi des licences en ce qui concerne les clubs l'ont été à la demande de l'Association

des Commerçants Licenciés et elle tiendra la main à ce qu'ils soient observés. Que le Département du Trésor en prenne son parti.

LA FERMETURE DU SAMEDI A QUEBEC

Les hôteliers de Québec vont être jusqu'à nouvel ordre obligés de fermer le samedi soir à 7 heures.

Le juge Lemieux vient de rendre jugement dans un "test case" à l'effet de déclarer le règlement connu sous le nom de "règlement Huard" illégal et "ultra vires".

Le juge a décidé que le dit règlement est légal et "intra vires".

Les hôteliers de Québec se proposent d'en appeler de ce jugement. Nous leur souhaitons gain de cause en appel.

LE VIN DE FIGUES

Le consul des Etats-Unis à Funchal rapporte officiellement qu'un vif intérêt a été créé dans l'île de Madère par des expériences faites par un chimiste italien, qui déclare que le jus de la figue peut, moyennant un traitement approprié, être converti en un vin délicieux. Ce chimiste dit que son bouquet est agréable, que le vin est très riche en matières phosphatées et presque entièrement dépourvu d'acide tannique, qualités qui le rendent très nourrissant pour les personnes débiles et les enfants. La pulpe forme, dit-on, un nouvel aliment pour les vaches laitières et la volaille. La figue fraîche ne contient que 25 pour cent de sucre environ; mais quand elle a été séchée et préparée pour la fabrication du vin, elle donne 80 pour cent de sucre.

LE VIN ET LA SANTE

Un médecin éminent a déclaré que le vin, et plus spécialement le vin rouge, exerce une action destructive sur les micro-organismes pathogéniques. Il cite le cas d'un de ses patients âgés qui disait: "Il est étrange de constater que, lorsque j'étais jeune, tous mes amis faisaient usage de vin à leurs repas et il était rare qu'ils se plaignissent d'indigestion, de maux d'estomac ou d'appendicite. Maintenant que ce sont tous des buveurs d'eau, ils souffrent tous de ces maladies. Le vin, à mon avis, en détruit les germes."

Cognac

Parmi les différentes marques qui se disputent la faveur de la clientèle, le Brandy Richard a conquis le premier rang. La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, prend en ce moment les ordres d'importation pour ce fin Cognac. Donnez vos commandes immédiatement.

LA CONSOMMATION DE LA BIERE EN EUROPE

La Belgique est notablement la nation européenne où l'on ne fait usage que d'une seule boisson: sa population évite le vin et l'alcool en faveur de la bière, dont elle consomme plus de 45 gallons par tête et par an; l'Angleterre en consomme 31 et l'Allemagne 27. Ce sont, après la Belgique, les deux pays où l'on boit le plus de bière.

Après eux, viennent la France, avec une consommation de 5½ gallons, l'Autriche, 9½ gallons et la Suisse, 15 gallons.

L'ORIGINE DES BRASSERIES

Il n'est pas de nation, quelque peu civilisée fût-elle, qui, à une époque ou à une autre, n'ait pas fabriqué de liqueurs enivrantes et n'en ait pas fait usage. L'art du brassage a été pratiqué par les anciens Egyptiens et, plus tard, par les Grecs, les Romains et les Gaulois.

Les Anglo-Saxons et les Anglais ont longtemps été considérés comme maîtres en l'art de brasser les liqueurs. L'ale fabriquée par les moines de l'antiquité était tenue en haute estime, et depuis cette époque la production de la bière a toujours augmenté. En 1585, il y avait à Londres vingt-six grandes brasseries qui produisaient 49,000 fûts de bière annuellement. En 1892, cette production s'élevait à plus de 32,000,000 de fûts.

John Robertson & Son, Ltd.

Nous apprenons que M. Geo. W. Dow, d'Ecosse, est venu au Canada pour assister M. Wootten dans l'administration des affaires de MM. Robertson au Canada et aux Etats-Unis. M. Dow a une grande expérience pratique de la vente en gros du scotch whisky et de la bière, expérience qui date de quinze ans; il a occupé des situations importantes dans les maisons Wright & Greigh, Ltd., distillateurs à Glasgow, Ecosse, et Samuel Allsopp & Sons, Ltd., à Burton on Trent, Angleterre, avant d'entrer dans la maison Robertson & Son, Ltd. Avant de quitter l'Ecosse, il était vice-président de la Scottish Wine, Spirit & Beer Trade Benevolent Institution et a rendu de grands services à cette société.

Les affaires en "Robertson's Dundee Whisky" augmentent si rapidement au Canada et aux Etats-Unis que l'agent de cette maison, M. H. O. Wootten s'est vu dans l'impossibilité de se charger de toute l'administration, en s'occupant avec soin de chacune de ses parties.

Bien que M. Dow ait l'intention de visiter de temps en temps les succursales de la maison, nous apprenons qu'il a l'intention de s'établir à Montréal et d'y résider. Mme Dow et sa famille viendront en mai par le steamer "Empress of Ireland".

Nous remarquons que des changements importants et des améliorations ont été faits à l'établissement de MM. Robertson, 41 rue des Communes, qui sera leur bureau principal pour le Dominion.



MARQUE
"LION"

PUTZ TRIPLE EXTRAIT
POLI POUR METAUX

Liquide et en Pâte.

Le seul véritable Poli Putz pour Métaux est celui de la Marque "**LION.**" Une fois employé, toujours employé. Embaqueté sous forme liquide ou en pâte.

Dans toutes les épiceries et tous les magasins de quincailleries ou à la

ENGLISH EMBROCATION CO.,
MONTREAL, Que.

LAW, YOUNG & CO.
MONTREAL.

CHAMPAGNE POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix
sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
Ale & Stout....Daukes & Co.
Bénédictine.....Benedictine Co.
Bourgognes.....Bouchard père et fils.
Brandy.....Renault & Co.
Cherry Whisky (The Original) Fremy's
Claret et Saunterne.....Nathl. Johnston & Sons.
Crème Cacao Chouva A. Droz & Cie.
Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
Gin London Dry "Gordon's."
Ginger Ale Anglais....."Schweppes."
Lime Juice.....L. Rose & Co.
Liqueurs.....Marie Brizard & Roger.
Madère.....Leacock & Co.
Soda Anglais....."Schweppes."
Stout.....Wheeler & Co.
Tarragone.....Louis Quer.
Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
Vin de Malaga.....Crooke Bros.
Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
Vins de Porto et Sherries.. "Mackenzie."
Vins du Rhin et Moselle.. Koch Lauteren & Co.
Whisky Ecossais....."Kilmarnock."
Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.



Cette Marque Célèbre
Mise en

Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott, Ontario.

"NEW-YORK."

"CANADA."

LE VIEILLISSEMENT DES EAUX-DE-VIE

Vieillessement naturel.—Les eaux-de-vie de la région Charentaise qui sont, sans conteste, les types les plus parfaits de l'eau-de-vie de vin, présentent, quand elles viennent d'être distillées, l'aspect d'une eau de roche absolument incolore et limpide. Leur titre alcoolique est alors, assez généralement, de 70 degrés Gay-Lussac, environ.

Leur parfum, fort agréable, à la fois très fin et très délicat, diffère d'une façon plus ou moins sensible, selon qu'elles proviennent de vins de la Fine Champagne, des Borderies, des Fins Bois, ou encore des contrées à terroir comme Surgères, Aigrefeuille, les îles de Ré et d'Oléron. Ce parfum toutefois, se trouve atténué et, momentanément, quelque peu dénaturé, par une odeur et un goût qui se produisent, propres à toutes les eaux-de-vie qui sortent de l'alambic. Ce goût étranger, qu'on appelle "goût de chaudière" ou "d'airain", est peu accentué dans les eaux-de-vie distillées avec soin et disparaît complètement d'ailleurs, après un séjour de quelques mois dans les fûts.

L'eau-de-vie nouvellement distillée est recueillie dans des futailles "neuves" en chêne, du "Limousin" de préférence et de première qualité, qu'on a eu la précaution, au préalable, d'étuver avec soin pour enlever les matières extractives amères du bois. Ces futailles, "tierçons" de 121 gallons environ ou barriques de 66 gallons, sont habilement arrimées dans des chais de réserve où on laissera le vieillissement naturel s'effectuer de lui-même, insensiblement et sans le secours d'aucune autre manipulation que celle consistant à procéder, chaque année, à un ouillage. Cependant, pour empêcher l'eau-de-vie de contracter un goût de bois caractéristique et trop prononcé, on la transvase, après un séjour d'une année ou deux en fûts neufs, dans d'autres fûts, déjà un peu usagés, où elle restera tout le temps nécessaire à sa complète évolution.

C'est au cours de cette longue période d'attente qui peut, normalement, se prolonger pendant 30, 40, et même 50 années, que s'élabore cette transformation mystérieuse et intime qui, du liquide incolore, de saveur brûlante, et presque impropre à la consommation, du début, fera une liqueur de belle couleur ambrée, d'arôme suave, de saveur moelleuse et exquise et dont la spirituosité adoucie s'harmonise délicieusement avec les parfums dégagés.

La modification opérée est tellement complète que le nouveau liquide n'a qu'une ressemblance très lointaine avec le produit primitif comme couleur, odeur, saveur, etc.; toutes ses propriétés organoleptiques sont entièrement changées et, cela, par le fait du vieillissement naturel

seul, sans l'intervention artificielle d'aucun élément étranger.

Que s'est-il passé exactement? A dire vrai, dans l'état actuel de la science, on en est encore réduit, sur cette intéressante question, à des probabilités, à des approximations, fort judicieuses sans doute, mais incomplètes et insuffisamment précises pour servir de base à une théorie définitive.

Examinons cependant, si, en partant de la constitution chimique des eaux-de-vie il n'est pas possible d'expliquer, en partie, les phénomènes du vieillissement.

L'eau-de-vie de vin est un composé éminemment complexe et variable au sein duquel s'opèrent d'innombrables et incessantes réactions. La composition d'une eau-de-vie dépend, avant tout, du vin qui lui a donné naissance; or, le vin, est essentiellement différent selon les régions les sols, les crus qui le produisent. Bien plus, d'une année à l'autre, le vin d'un terroir déterminé cesse d'être comparable à lui-même. Selon les influences climatiques dominantes qui auront présidé à l'élaboration des sucres du raisin, gelée, pluie, sécheresse, etc., le moût sera plus ou moins riche en sucre, en acides, en sels divers, etc.; le vin et, par suite, l'eau-de-vie qui en résultera, subiront, à leur tour, le contre-coup de ces influences.

En outre, les modes et procédés de distillation mis en oeuvre ont une action très appréciable sur la constitution des eaux-de-vie. En distillant à "feu nu" ou à la "vapeur, au premier jet" ou avec "brouillis", avec ou sans les lies, en séparant une plus ou moins grande quantité de têtes et de queues, on pourra recueillir des produits qui seront loin d'être identiques.

Pour toutes ces raisons, les eaux-de-vie ne sauraient présenter une composition chimique constante qu'on puisse, avec quelque apparence de certitude, caractériser par des chiffres déterminés. On est en mesure néanmoins, d'énumérer les principaux éléments constitutifs de l'eau-de-vie de vin à la condition d'assigner à leurs proportions une marge suffisante.

L'eau-de-vie "nouvelle" est, à peu près exclusivement, formée "d'eau" et "d'alcool éthylique". A côté de ces deux corps qui en constituent, en poids, les 99.4 à 99.8 centièmes, on rencontre, pour parfaire les 0.6 à 0.2 centième restant, une foule de substances organiques, quelques-unes à l'état de traces, dont l'ensemble forme ce qu'autrefois on appelait, à tort, les "impuretés" de l'eau-de-vie et qu'aujourd'hui on désigne, plus judicieusement, par le terme de "non-alcool". Le "non-alcool" représente donc la somme par hectolitre (22 gallons) d'alcool pur à 100°, des diverses matières volatiles, autres que l'alcool éthylique et l'eau, contenues dans les eaux-de-vie de vin et auxquelles sont dus

le bouquet naturel et l'arôme agréable qui les caractérisent.

Ce "non-alcool" que la chimie officielle, tant en France qu'en certains pays étrangers, a des tendances, nullement justifiées dans bien des cas pour les eaux-de-vie charentaises notamment, à vouloir renfermer dans les limites de 4.6 à 9.3 grains par 0.22 gallon à 100 degrés, comprend:

1o Des alcools supérieurs homologues de l'alcool éthylique ("alcools propylique, isobutylique, amylique, aenanthylique caprylique", etc., etc.).

2o Des acides ("acides acétique, butylique, propionique", etc.).

3o Des éthers ("éthers acétique, propionique, isobutylique, aenanthylique", etc.).

4o Des aldéhydes (aldéhyde éthylique, isobutylique, aenanthylique", etc.).

5o Du furfural.

6o Une infinité d'autres substances inconnues ou mal connues, acétals, acétones, huiles essentielles", etc., etc.).

PERSONNEL

—M. Mark Sanderson, de MM. Robertson, Sanderson & Co., les distillateurs du fameux Scotch Mountain Dew, vient de repartir pour l'Ecosse, après avoir passé plusieurs mois au Canada.

—M. René Commandon, de la maison Commandon et Cie, de Cognac, vient de passer plusieurs jours à Montréal, où il a visité le commerce, accompagné de M. S. B. Townsend, le représentant de la maison au Canada.

—M. S. B. Townsend vient de faire un voyage d'affaires à Halifax, N.-E.

—M. H. O. Wootten, gérant général de la maison J. Robertson & Son, Ltd., est attendu à Montréal dans le courant du mois d'avril.

—M. W. Stanway, de la maison John Hope & Co., vient de partir pour un voyage d'affaires en Europe.

—M. J. R. Douglas, de la maison J. M. Douglas & Co., de Montréal, est actuellement en Europe où il fait en yacht une croisière dans la Méditerranée avec des amis de Montréal.

REVUE GENERALE

M. A. G. Gardner, de la maison J. M. Douglas & Co., nous dit que leur année finissant au 1er mars de cette année a été la plus forte que la maison ait jamais eue pour la vente des whiskies Dewars depuis qu'elle a l'agence de ce Scotch pour le Canada.

* * *

M. James Cleghorn, de la maison John Hope & Co., nous informe que les affaires pour le printemps s'annoncent comme devant être très actives; la demande actuelle porte sur tous les spiritueux en général.

Lager Beer

Milwaukee est le centre de production aux Etats-Unis du meilleur Lager Beer dont le "High Life" de Miller représente le type le plus parfait. Distributeurs Généraux au Canada: Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal.

BERNARD & LAPORTE

Importateurs des Célèbres
Liqueurs Françaises

Portant la marque **GABRIEL VIARD**, de Troyes, France.

"Pur Abricot,"
"Viardictine,"

"Marasquin,"
"Chartreusette,"

"Cacao Shouwa,"
"Crème de Moka,"

"Curaçao,"
"Anisette," etc.

Cognacs de la Maison
LUCIEN FOUCAULD & Co.

En Caisses et en Fûts

Les Marques **Medico-Tonic**

— — — ★ et ★ ★ ★ — — —

sont les plus populaires sur notre marché. On les trouve en vente dans tous les principaux établissements. Pour Prix et Renseignements, s'adresser aux

— — — Seuls Agents pour le Canada: — — —

BERNARD & LAPORTE

253-255, rue St-Paul, - - - MONTREAL.

GIN KIDERLEN

En Hollande, le Gin Kiderlen est le plus en vogue. Il est fabriqué à Rotterdam, par la plus grande distillerie de la Hollande.

Le Plus Pur. Le Plus Fort.
Le Meilleur au Goût.

S. B. TOWNSEND & CO.

AGENTS POUR LE CANADA

MONTREAL



DOLLARS ET SENS COMMUN

Une des choses les plus nécessaires et les plus utiles qu'un homme puisse faire, c'est de disposer de quinze minutes à une heure, chaque jour et d'employer ce temps à se rendre compte des choses, établir le travail de la journée et, pour ainsi dire, battre le grain pour le dépouiller de son enveloppe. Cet examen ne peut être fait que dans la solitude. Les bénéfices à en retirer sont si grands, qu'il est étonnant qu'on n'ait pas écrit davantage sur les bienfaits de la solitude.

Les plantes croissent dans l'obscurité. Cependant, la croyance généralement répandue est que les plantes ne croissent qu'à la lumière du soleil. En réalité, la lumière du soleil est nécessaire à la croissance des plantes, mais la croissance véritable se fait dans le calme et l'obscurité.

L'esprit de l'homme se développe dans la solitude. Cependant, l'activité et le brouhaha de la vie des affaires sont aussi nécessaires à l'homme que le soleil à la plante; mais, c'est dans la solitude que l'homme bénéficie réellement et c'est là le temps réel pendant lequel son esprit se développe.

Avant de se coucher le soir, ou même pendant le jour, dit W. R. Hunter dans "Chicago Tribune", tout homme devrait consacrer quelques instants à l'analyse attentive de ce qu'il a fait pendant la journée. Il devrait peser ses actes utiles et inutiles, ses actes sages et ses actes imprudents, ses bons et ses mauvais mouvements; après cela, il devrait en établir la balance et s'il voit que les mauvaises choses l'emportent sur les bonnes, il doit prendre la résolution de faire mieux.

L'homme qui se contente de vivre sans faire cet examen dans la solitude, est comme le marchand qui ne tient aucun livre, qui ne s'occupe pas de ce qui concerne ses affaires, qui paie ses factures à même le tiroir-caisse et prend ce qui y reste pour son profit. Un pareil marchand continuera encore à avoir une petite boutique dans vingt ans, tandis que son concurrent qui étudie les choses d'une manière systématique, sera à cette époque dans le commerce de gros, ou sera retiré des affaires.

Nous ne pouvons pas donner un meilleur conseil au lecteur que celui de consacrer quelques instants chaque jour à l'examen de sa situation, car, si vous vous livrez à cet examen dans la solitude, toutes les vérités que nous avons écrites à ce sujet reviendront à votre mémoire.

Le succès d'une institution dépend grandement de l'exemple donné par le maître. S'il n'est pas soigneux dans les petits détails, s'il n'est pas scrupuleux dans ses actes, s'il agit peu honnêtement, il peut être sûr que ses employés feront

comme lui et plus tard, lorsque son commerce éprouvera un échec, il s'apercevra que c'est à cause de la manière dont ses employés ont agi, à l'exemple de leur maître.

La bonté engendre la bonté, l'amour engendre l'amour. Si le patron est généreux et charitable, s'il donne un bon exemple, il y aura parmi ses employés un esprit de corps d'une valeur incalculable.

Un patron n'a pas une chance sur mille de réussir en affaires, s'il n'a pas passé par tous les emplois et s'il ne connaît pas parfaitement le travail des gens qu'il emploie. Si vous voulez réussir comme patron, vous devez savoir comment se font les choses qu'ont à exécuter ceux que vous employez pour cela. Le patron qui peut montrer d'une manière bienveillante à un employé l'erreur qu'il a faite, et lui indiquer une méthode meilleure, laisse un bon sentiment dans le cœur de cet employé.

Le patron qui montre de la bienveillance envers un employé, qui s'intéresse à des choses qui ne touchent pas nécessairement aux affaires, sera récompensé mille fois par la loyauté et la bonne volonté de son employé qui l'aidera à faire réussir son commerce.

Le patron ne devrait pas être d'accès trop difficile; il devrait être juste au-dessus de ceux qui travaillent pour lui. Il devrait accorder volontiers une audience à ses employés, à n'importe quel moment. Il devrait travailler avec eux. Il devrait dire "nous", plutôt que "moi". Il devrait faire sentir à chaque employé qu'il fait partie de l'institution et qu'il est un élément de son succès.

Rappelez-vous que les employés observent le patron. Là où vous trouvez des employés loyaux et travaillant beaucoup, c'est qu'ils ont un patron qui leur a donné le bon exemple.

Le patron ne peut pas faire marcher par lui-même toute sa maison. Il dépend de la bonne volonté de ceux qui sont sous ses ordres et, pour assurer cette bonne volonté, il doit être lui-même bienveillant.

Si le patron a l'œil ouvert et découvre du gaspillage, l'employé suivra son exemple et les affaires en bénéficieront doublement.

Tout le monde connaît la loi des compensations; elle veut dire que vous payez pour ce que vous obtenez. La loi des compensations dit que si un cheval peut aller vite, il ne peut pas tirer un fardeau pesant, et vice versa.

La loi des compensations dit que pour chaque chagrin, il y a une joie qui le compense. Elle signifie que pour chaque chose positive, il y a une quelque chose de négatif qui vient la compenser.

La loi des compensations dit que, bien que le mal existe, il y a un bien correspondant pour le compenser. La loi des

compensations est la mesure dont se servent les optimistes.

Vous ne pouvez pas éviter cette loi des compensations qui veut que vous payiez pour ce que vous obtenez et que vous obteniez ce pour quoi vous payez. Ou bien, comme la chose a été exprimée il y a des siècles, "l'homme récolte ce qu'il a semé".

Vous pouvez prendre votre repas le premier et travailler ensuite pour le payer, ou bien, vous pouvez travailler d'abord pour votre repas, et manger après—voilà la loi des compensations. Vous pouvez dépenser votre revenu maintenant et vous mettre dans les dettes, mais le jour du règlement viendra.

Vous pouvez travailler péniblement maintenant, avoir du plaisir à mesure que vous travaillez, être heureux tous les jours et votre vie tout entière vaudra la peine d'être vécue. Le bonheur sera la compensation de votre travail. Pas de travail, pas de joie.

La plus capiteuse des Eaux de table

Celle qui a la plus grande vogue aux Etats-Unis: "Hiawatha" pure, cristalline, effervescente, l'eau qui a détrôné toutes ses rivales. La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, en a l'agence générale au Canada.

PAYEZ VOS DETTES

Il serait bon que tous les patrons, quelle que soit l'importance de leur commerce, avertissent leurs employés, quand une plainte est faite contre eux, qu'ils doivent payer leurs dettes, s'ils désirent conserver leur emploi. Nous remarquons que les grandes corporations, sur la plainte de commerçants, ont affiché des avis avertissant leurs employés qu'ils devaient payer leurs dettes, dit "Scranton Times".

Sans doute, certaines personnes prétendront que ce n'est pas l'affaire d'un patron de s'occuper de ce que fait son employé en dehors des heures de travail, que ses dettes, ses allées et venues, ses affaires privées ne concernent aucunement l'homme pour lequel il travaille, tant qu'il remplit les devoirs qui lui sont assignés par son emploi.

Nous croyons qu'un homme qui n'est pas franc, juste et honnête envers soi-même, qui essaie de tromper ou d'abuser de la confiance qui a été placée en lui, ne peut pas faire tout son devoir envers son patron et a besoin d'être surveillé. Un employeur a le droit de savoir si ses employés sont enclins à l'immoralité, à la malhonnêteté, s'ils gaspillent leur temps, s'ils sont honnêtes dans leurs rapports avec autrui et quels efforts ils font pour améliorer leur situation. C'est de là que devraient dépendre, dans une grande mesure, leur avancement et l'augmentation de leur salaire.

Appareil à Nettoyer les Tuyaux à Bière

Pour avoir

DE LA

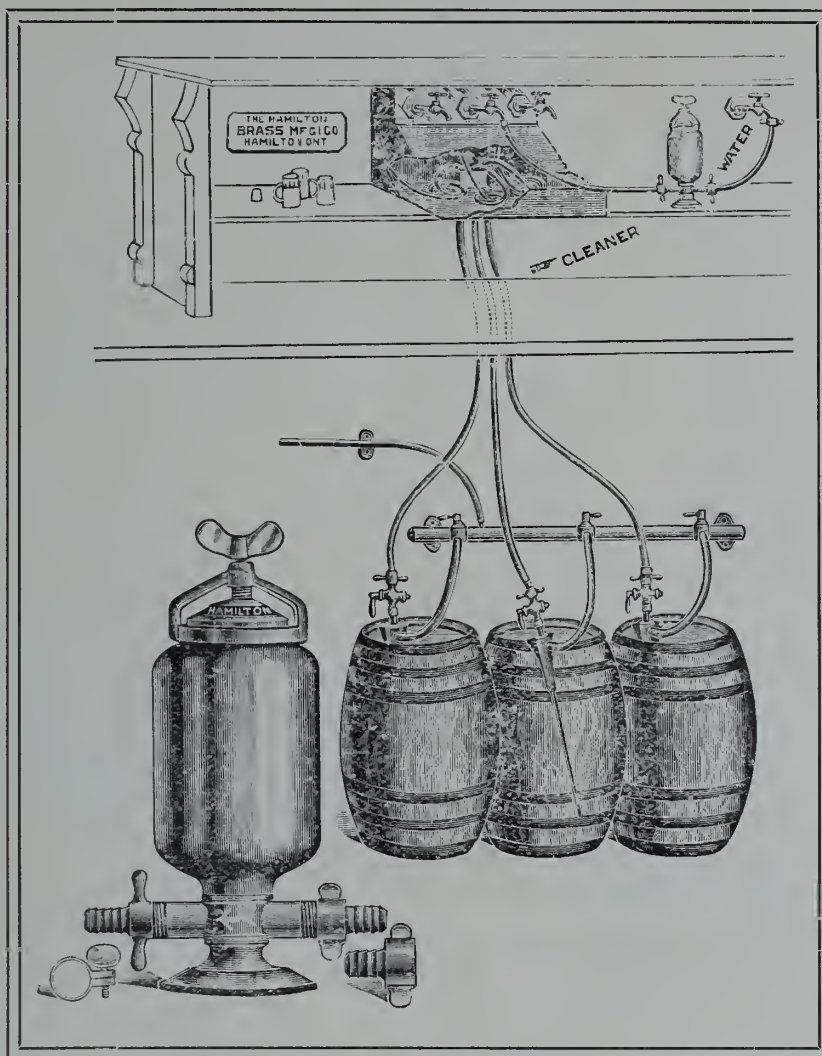
Bonne Bière

Vous devez avoir

DES

Tuyaux Propres.

En employant notre appareil à nettoyer les tuyaux à bière, vous pouvez toujours avoir vos tuyaux propres et exempts d'amertume et votre bière en bonne condition.



PRIX :

Appareil à nettoyer les tuyaux à bière, y compris 6 pieds d'assemblage de tuyaux et une douzaine de paquets de Composition.

\$7.00

COMPOSITION

Nettoyant
Rapidement.

Par douzaine
de Paquets.

\$1.50

En bronze massif, étamé fortement à l'intérieur et à l'extérieur.

Comme résultat de nombreuses années d'essais, notre chimiste expert a réussi à produire une composition chimique (exempte d'ingrédients nuisibles) pour nettoyer les Tuyaux à Bière, laquelle, employée avec notre Appareil à Nettoyer les Tuyaux à Bière, est absolument la meilleure, la plus rapide et la plus commode pour nettoyer tous les Tuyaux, Serpentins, Pompes et Accessoires, par lesquels la Bière est tirée. Elle évite l'emploi d'eau chaude ou de vapeur, et les nombreux ennuis et mauvais résultats, qui se produisent avec les vieilles méthodes.

Chaque série peut être nettoyée, depuis le Robinet jusqu'à l'extrémité du Tube à Bière, en trois minutes. Instructions détaillées pour l'emploi avec chaque Appareil à nettoyer.

The Hamilton Brass M'f'g Co., Ltd.

327 Rue Craig Ouest, - - Montreal.

Telephone Bell, Main 3245 - Telephone des Marchands, 774

Bureau Principal et Manufacture;

HAMILTON, Ont.

Une personne qui profite du crédit accordé, de la bienveillance et de l'amitié témoignées, dans un moment de détresse et qui ne fait aucun effort pour s'acquitter de sa dette fait preuve non seulement d'ingratitude, mais de malhonnêteté; aucun homme, aucune femme, dont la conscience est nette, qui a des habitudes de droiture, ne refusera de payer une dette. Nous comprenons tous que la maladie, le malheur, des circonstances défavorables peuvent parfois obliger quelques personnes à payer ce qu'elles doivent par petits à-comptes, ou du mieux qu'elles peuvent. Ces personnes sont honnêtes; mais celles dont nous voulons parler sont celles qui n'ont aucune excuse valide et qui ont l'intention de frauder leurs créanciers.

Des gens qui commencent par dépenser leur argent en choses non nécessaires, qui dissipent leur salaire et laissent leurs comptes s'augmenter dans leur maison de pension, chez leur boucher, leur boulangier, leur laitier, leur médecin, etc., devraient être obligés de payer leurs dettes et l'avertissement qui est donné par les corporations à de tels employés est absolument juste.

Une vieille marque de Champagne

Le Champagne Piper-Heidsieck est des plus avantageusement connu dans le monde entier. Cette maison si honorablement connue, a été fondée en 1785, elle est représentée au Canada par: MM. Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal.

Le "Club Old Tom Gin" est excellent pour la préparation des John Collins; il leur communique un bouquet exquis, que ne peuvent donner les genièvres d'autres marques. Aussi les connaisseurs le préfèrent-ils aux gins importés des meilleures marques. Demandez les prix à la maison Boivin, Wilson et Cie, 520 St Paul, Montréal, qui vous enverra en même temps un échantillon gratuit.

La Freyseng Cork Co., Ltd., vient de recevoir une consignment importante de paillons pour les besoins du commerce du printemps. L'expédition comprend des paillons pour les bouteilles, les demi-bouteilles et les flasks.

L'ÉPARGNE ET LES DÉPENSES

Comme dit le proverbe: "Un sac vide ne peut pas se tenir debout"; un homme en dettes ne peut pas le faire non plus. On ne peut pas avoir confiance en un homme qui a des dettes pour savoir la vérité; c'est pour cela que l'on dit que le mensonge accompagne les dettes.

L'homme qui doit de l'argent est généralement porté à s'excuser de ne pas payer ce qu'il doit en temps voulu, et dans bien des cas, il faut qu'il mente pour le faire. Le premier pas dans les dettes est comme le premier pas dans le mensonge; il nécessite presque l'obligation de procéder de la même manière; dettes sur dettes, comme mensonges sur mensonges. Beaucoup d'hommes peuvent attribuer le commencement de leur insuccès dans la vie au premier emprunt qu'ils ont fait et se rendent compte, mais trop tard, de la force du proverbe: "Qui emprunte de l'argent emprunte le chagrin".

La manière dont un homme fait usage de l'argent—le gagne, l'épargne et le dépense—est peut-être une des meilleures épreuves du caractère. L'argent ne devrait jamais être considéré comme le but principal de la vie; on ne devrait pas non plus le mépriser, car il représente, dans une grande mesure, le confort physique et mental. Certaines des plus belles qualités de la nature humaine ont un rapport intime avec l'usage convenable de l'argent—la générosité, l'honnêteté, la justice et le sacrifice de soi-même.

La catégorie d'hommes qui vivent au jour le jour formera toujours une classe inférieure, dit le "New York Commercial". Ils restent forcément sans aide, se fiant à la société, aux hasards de l'occasion et aux saisons. N'ayant aucun respect d'eux-mêmes, ces hommes ne peuvent s'attirer le respect des autres. Dans les crises commerciales, ils sont perdus invariablement.

Le monde a toujours été divisé en deux classes—ceux qui ont fait des économies et ceux qui ont dépensé—les économes et les extravagants. La cons-

truction de tous les édifices, des usines, des ponts, des chemins de fer, des navires et l'accomplissement de tous les autres travaux qui ont tant fait pour l'avancement et le bonheur de l'homme ont été accomplis par les hommes économes; et ceux qui ont gaspillé leur argent ont toujours été leurs esclaves. Les lois de la nature sont ainsi faites.

La maxime de Lord Bacon était que quand il était nécessaire d'économiser, il valait mieux s'occuper des économies infimes que de condescendre à des choses mesquines; c'est une bonne maxime à suivre. L'argent de poche que beaucoup de personnes gaspillent inutilement, formerait souvent la base d'une fortune et de l'indépendance. Cet argent gaspillé est l'ennemi le plus dangereux, et ceux qui se livrent à ce gaspillage se rencontrent généralement parmi les hommes qui se plaignent toujours de l'injustice du monde. John Locke, le grand philosophe anglais, conseille fortement de suivre l'avis suivant: "Rien, dit-il, ne contribue plus à régler la vie d'un homme, que d'avoir constamment devant ses yeux l'état de ses affaires complètement à jour". Le grand duc de Wellington tenait un compte détaillé et exact de tout l'argent qu'il recevait et qu'il dépensait. "Je me fais un point d'honneur, disait-il, de payer mes comptes, et je conseille à tout le monde de faire la même chose; autrefois, je me remettais de de ce soin à un domestique de confiance, mais je fus guéri de cette folie en recevant un matin, à ma grande surprise, des réclamations pour dettes qui n'avaient pas été payées depuis un an ou deux. Ce domestique avait spéculé avec mon argent et avait laissé des factures non-payées". En parlant de dettes, il faisait la remarque suivante: "Les dettes rendent un homme esclave. J'ai souvent su ce que c'était que d'avoir besoin d'argent, mais jamais je ne me suis endetté".

Washington était aussi méticuleux que Wellington dans le détail des choses et un fait remarquable, c'est qu'il ne dédaignait pas d'examiner les petites choses de son ménage, déterminé comme il l'é-



(Enregistré.)

Vous apprécierez le

Cognac Boulestin

PURE JUS DE LA VIGNE



L. CHAPUT, FILS & CIE.

Maison fondée en 1842

SEULS AGENTS

2, 4, 6 et 8, rue De Bresoles - MONTREAL.

Fret payé en quantité de 5 caisses ou plus.

LE VIN PAR EXCELLENCE

LOUIS ROEDERER

Lorsque
vous
commandez
ce
Champagne,

Vous êtes
certains de
prendre le
meilleur Vin.

Sec
et
Extra
Sec.

Brut
—
Sucré
Vin des Dames



L. Chaput, Fils & Cie, AGENTS
DISTRIBUTEURS
2, 4, 6 et 8, rue De Bresoles, - MONTREAL.
Fret payé en quantité de 5 caisses ou plus.

taît à vivre honnêtement, avec ses propres ressources, même quand il avait la haute situation de président des Etats-Unis.

Le succès mondain mesuré par l'accumulation de l'argent, est sans aucun doute une chose éblouissante et tous les hommes sont naturellement plus ou moins admirateurs du succès mondain ; mais bien que des hommes aux habitudes peu scrupuleuses, toujours en éveil pour profiter de toutes les circonstances, puissent réussir dans le monde, il est cependant très possible qu'ils ne possèdent pas la moindre élévation de caractère, ni rien de bon en eux-mêmes. Les richesses ne sont pas une preuve de valeur morale, dit Francis Collins et leur brillant ne sert souvent qu'à attirer l'attention sur l'indignité du possesseur, de même que la lumière émise par le ver-luisant révèle la larve.

La puissance de l'argent est en somme surfaite. Les plus grandes choses qui ont été faites dans le monde l'ont été généralement par des hommes de peu de moyens. Le christianisme a été propagé dans la moitié du monde par des gens de la classe la plus pauvre. Les penseurs, les inventeurs, les artistes et les auteurs les plus renommés ont été des hommes d'une richesse modérée, dont beaucoup gagnaient peu au-dessus du salaire d'un ouvrier ordinaire. L'acquisition d'une fortune permet à quelques hommes d'entrer dans la société, mais, pour être estimé, il faut posséder des qualités d'esprit, de cœur et des bonnes moeurs, autrement ces gens sont simplement des gens riches et rien de plus. Il y a maintenant dans la société des hommes riches comme Crésus auxquels on n'accorde aucune considération, ni aucun respect. Pourquoi? Ce ne sont que des sacs à argent. Les hommes qui font leur marque dans la société—ceux qui guident et dirigent l'opinion, les hommes réellement utiles et prospères—ne sont pas nécessairement des hommes riches, mais des hommes d'un caractère franc et d'une excellente moralité.

L'homme pauvre qui a eu la chance

d'avoir un esprit cultivé, qui a mis à profit les occasions, sans en abuser, qui a passé sa vie du mieux qu'il a pu, peut jeter les yeux, sans le moindre sentiment d'envie, sur la personne qui n'a à son actif qu'un succès mondain — sur l'homme qui n'est simplement qu'un homme d'argent.

Scotch Whisky

Il y a bien des sortes de Scotch sur le marché. Dans un bar ou dans les hôtels de premier ordre, vous demandez un Scotch extra: on vous servira le E. S. L. de Mitchell et vous conviendrez vous-même que c'est ce qu'il y a de mieux. La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, a l'Agence Générale du Scotch Mitchell au Canada.

LE TACT

Le tact est d'une importance vitale pour un vendeur. Il renverse les obstacles, aplanit les difficultés, accomplit ce qui semble impossible, quand des méthodes plus audacieuses échouent.

Le tact consiste simplement à connaître les conditions, toutes les personnalités. Toutefois, le tact ne consiste pas à feindre, à se courber servilement ou à abandonner le respect de soi-même.

Le tout consiste simplement à connaître la nature humaine, à faire ce qui est juste, en disant une parole à propos; il est opportun, d'accord avec la raison, considéré.

Un homme a dit une fois: "J'ai été critiqué pour avoir pris une attitude de mentor dans ma conversation avec chacun. Je le fais peut-être parce que de si nombreuses personnes semblent prendre l'attitude d'élèves". Cet homme avait tort. Ce qu'il prenait pour une attitude d'élève était simplement celle d'un interlocuteur patient, poli et endurant; mais il n'avait pas le tact de s'en apercevoir.

La publicité instructive, celle qui donne des informations, est la publicité qui réussit. Mais il faut un art merveilleux

pour informer le lecteur sans paraître lui faire sentir son ignorance.

Une annonce faite sans tact et ayant pour but d'instruire le lecteur, manque ce but; en outre elle cause un préjudice réel dans l'esprit du lecteur.

Le public aime se pénétrer de nouvelles idées et acquérir des connaissances nouvelles; mais les gens n'aiment pas être considérés comme des niais à l'esprit engourdi.

Ils n'aiment pas prendre l'attitude d'élèves, ni qu'on les regarde comme des élèves.

Depuis si longtemps on proclame que la bêtise est l'âme de l'annonce, et le ton de commandement est devenu si général que, dans nombre de cas, ce ton dégénère en rudesse et frise l'insolence.

Le lecteur qui se respecte ne supportera pas ce genre de style dans la publicité. Il le prendra comme un affront et ne fera aucun cas de cette publicité.

Une annonce rédigée dans ce genre de style dénote un manque de tact absolu.

Nous voyons tous des exemples de publicité manquant de tact, de méthodes sans tact de faire des ventes. Il est réellement surprenant de voir le nombre de personnes qui manquent de tact.

Il y a un remède au manque de tact—si la personne qui en est affligée veut se rendre compte de son défaut et exercer son raisonnement.

Ce remède consiste à étudier l'humanité, à apprendre à penser avant de parler, à estimer les autres d'après les sentiments, les faibles de soi-même—à mélanger le respect et la courtoisie avec la vigueur et la droiture d'expressions.

Bière et Porter Anglais

La marque "Ship" de Daukes et Cie, une des maisons les plus considérables d'Angleterre est la grande favorite. Cette firme est représentée au Canada par la maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal.

Enfermez vos soucis de bureau dans votre place d'affaires pendant la nuit. Il pourrait arriver que le lendemain matin ils aient disparu.

S. H. Ewing & Sons, Importateurs et Manufacturiers de BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de broche d'embouteilleurs, d'Etain en feuilles, de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522

Des Enseignes Distinctes, des Tickets de Prix et des Cartes d'Étalage....

donnent du caractère à votre magasin. C'est une sorte de Marque de Commerce, pour ainsi dire. Pourquoi ne pas adopter un genre presque aussi parfait que possible?

Nous sommes des spécialistes dans ce genre de travail, et nos idées sont gratuites pour toute personne qui désire être traitée sérieusement.

Vous pouvez avoir gratuitement notre brochure "Why Signs Pay."

The Martel-Stewart Co., Ltd. Montréal, Can.

== VENDEZ LE ==

GIN DE BURNETT

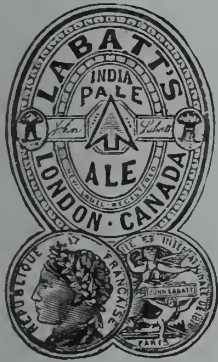
"LE LONDON DRY ORIGINAL,"
 Absolument le plus Fin!

J. M. Douglas & Co., Seuls Agents au Canada. Montréal.

AU COMMERCE

Maintenez votre approvisionnement d'ALE et de
 PORTER de

Labatt's



LES MEILLEURES
 BIERES DE MALT
 AU PAYS, ET LES
 GENS LE SAVENT.

Vous êtes obligé de les avoir si vous voulez con-
 server vos clients. Si vous leur substituez d'autres
 marques, vos clients ne se plaindront peut-être pas,
 mais ils donneront leur clientèle là où ils obtiendront
 ce qu'ils veulent avoir.

JOSEPH E. SEAGRAM, — DISTILLATEUR DE —
 Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

"Old Times," "White Wheat," "No 83 Rye," "Star Rye."

MEAGHER BROS. & CO., Montreal, Agents.

LES JOURNAUX COMMERCIAUX

On a beaucoup parlé, on a beaucoup écrit sur la valeur des journaux commerciaux; le sujet n'est donc pas très nouveau, mais il est digne de l'attention et de la réflexion de tout homme qui est dans le commerce, quelle que soit sa partie, car il n'est pas une seule branche du commerce qui n'ait ses journaux spéciaux.

Ceci est vrai de toutes les occupations. De quelque manière qu'un homme cherche à gagner sa vie, il rencontre d'autres hommes se livrant à la même occupation. Tous peuvent ne pas le faire d'après les mêmes méthodes, il n'en est pas moins vrai que cette occupation n'est pas unique. Dès qu'un certain nombre de personnes font le même genre de travail, quelqu'un lance un journal s'occupant des besoins de ces personnes.

Le champ embrassé par les journaux commerciaux est vaste. Ces journaux s'occupent de tous les commerces, de toutes les professions, portent partout la bonne parole, luttent dans l'intérêt de la branche qu'ils représentent, renseignent ceux qui les lisent sur ce que font les autres commerçants et éveillent leur attention sur les nouveautés qui se produisent continuellement.

Si les journaux commerciaux disparaissaient tout-à-coup, les résultats seraient terribles. Si ces intermédiaires entre les diverses personnes s'occupant du même commerce cessaient tout d'un coup de circuler, les affaires, la science, les commerces et les professions reculeraient avant qu'il soit longtemps et pa-ta-geraient dans l'obscurité, sans pouvoir faire de progrès, faute de lumière et de renseignements.

Sans journaux commerciaux, les affaires prendraient un aspect particulier. L'activité et les progrès actuels seraient choses du passé, les toiles d'araignées orneraient l'entrée d'un grand nombre de magasins de détail de la campagne, les marchands de gros et les distributeurs seraient forcés de chercher un autre moyen de gagner leur vie. Les manufactures fermeraient leurs portes, faute de commandes et des milliers d'hommes seraient sans emploi.

Si les journaux commerciaux disparaissaient soudainement, et qu'il ne reste plus que les catalogues des maisons faisant affaires par correspondance, le résultat serait encore plus désastreux, car on ne vendrait que les marchandises qui se vendent par correspondance et cela, aux prix demandés par les vendeurs.

Les journaux commerciaux contribuent beaucoup au développement d'un pays. Ils accomplissent de grandes choses, car ils s'adressent à certaines classes de la population qui travaillent à l'unisson, grâce à leurs organes.

Il n'est pas probable que les journaux

commerciaux cessent jamais d'exister, car ils sont aussi importants au pays qu'un bon gouvernement à l'existence heureuse du peuple.

Par l'intermédiaire des journaux commerciaux, les manufacturiers attirent l'attention des marchands de gros sur leurs produits; par le même intermédiaire, les marchands de gros attirent l'attention des détaillants sur leurs marchandises et, grâce aux renseignements fournis par les journaux commerciaux, les détaillants peuvent attirer l'attention des consommateurs sur les marchandises à vendre. On voit donc que, par un enchaînement continu, les journaux commerciaux font passer les marchandises entre toutes les mains, à partir de la matière première jusqu'à ce qu'elles arrivent entre les mains du consommateur. Sans eux le problème de la distribution serait difficile à résoudre.

MM. L. Chaput, Fils et Cie, viennent de recevoir plusieurs chars d'esprit de vin de la distillerie de St-Hyacinthe. La qualité de ces alcools est indispensable, tous les hôteliers devraient en essayer un baril comme échantillon, et ils n'en voudront plus d'autre. Il est bon d'encourager nos industries canadiennes, quand la marchandise offerte est de première qualité.

MM. L. Chaput, Fils et Cie, les représentants au Canada de la maison James Ainslie & Co., de Leith, Ecosse, une des plus importantes et des plus considérables distilleries de whiskies Ecosse, ont décidé de donner à titre gracieux, à chaque acheteur d'une certaine quantité, une jolie horloge "Mission Clock", d'une valeur de \$10.00. Ceux qui aimeraient à avoir quelques renseignements pourront s'adresser directement à la maison, qui les leur fournira avec plaisir.

Vin Oporto

Il est difficile de se procurer du bon vin Oporto, voilà ce que l'on entend dire souvent; mais on ne parlerait pas ainsi si l'on savait qu'il est facile de se procurer les vins de Stormonth, Tait & Co.

Oporto, Portugal,

Cette maison qui est représentée à Montréal par MM. L. Chaput, Fils et Cie, est une des plus importantes d'Oporto, tant pour la qualité que par la quantité considérable de vins qu'elle exporte.

La maison Stormonth, Tait & Co. est la seule qui fournisse le vin Oporto en fûts à la Chambre des Lords en Angleterre.

Essayez ces vins. L. Chaput, Fils et Cie, agents.

Eau de Vichy Trèfle Rouge, des Sources St-Louis

Cette eau a obtenu une réputation marquée de l'Atlantique au Pacifique, grâce à ses hautes qualités médicinales, à son goût agréable et à son effervescence naturelle. Elle est reconnue aujourd'hui comme la meilleure eau minérale gazeuse du bassin de Vichy; elle est autorisée par l'Etat. La vente de cette eau au Canada est considérable, et ceux qui aimeraient à la goûter pourront s'adresser directement aux agents, L. Chaput, Fils et Cie, Montréal.

COMMENT ON ARRIVE AU SUCCES.

Les occasions existent pour tous et elles se présentent fréquemment. Les hommes qui réussissent sont d'abord ceux qui admettent ce principe et puis ceux qui mettent les occasions à profit. Voilà comment il faut comprendre le terme "chance" si souvent employé, et ceux qui se plaignent de leur manque de chance, manquent simplement de la connaissance de leurs affaires et de l'énergie et de la volonté de tirer le plus grand avantage d'une occasion, dit "Commercial". De bonnes occasions s'offrent à tout jeune homme, s'il sait seulement les reconnaître. Le jeune homme qui voit les occasions est celui qui avance. L'énergie, un but bien arrêté, la patience, l'abnégation et l'économie rendront riche tout jeune homme possédant ces qualités. En un mot, les occasions pour les jeunes gens, dans ce pays, sont aussi importantes, si ce n'est plus qu'elles n'ont jamais été. Mais le succès s'obtient par les actes, non par la rêverie. Tout jeune homme vraiment ambitieux devrait essayer d'arriver au succès en se basant sur ce que nous venons de dire. Si, à vingt-cinq ans, il met en pratique les règles et méthodes qui conduisent au succès, personne ne pourra l'empêcher d'avoir atteint son but à l'âge de cinquante ans, parce que ces règles et méthodes sont des lois définies et exactes. Si un jeune homme se dit, à l'âge de vingt-cinq ans: Je réussirai en observant les lois du succès, rien ne l'en empêchera, sauf une mauvaise santé. La meilleure garantie d'une bonne santé est un travail acharné, réglé par l'ambition, encouragé par l'espérance et soutenu par la confiance.

L'ENTHOUSIASME

L'enthousiasme est le feu qui actionne la machine humaine. C'est lui qui produit la vapeur. Sans vapeur, une machine est inerte. Ainsi quand un vendeur n'est pas en train, il trouve le temps trop chaud, trop froid ou trop pluvieux; il s'imaginerait que, parce qu'il a fait trois ventes la semaine précédente, il ne devrait pas travailler cette semaine. Un tel homme a besoin d'allumer en lui le feu de l'enthousiasme, car il approche du point dangereux de l'insuccès. Quand le feu n'est pas entretenu, vous savez ce qui arrive: la vapeur manque de pression, la machine ralentit sa marche et bientôt toute la machinerie est arrêtée. L'enthousiasme est le feu qui entretient le vendeur sur la route du succès.

M. A. A. Décelles, qui représente la maison L. Chaput, Fils et Cie, auprès des principaux cafés et restaurants de la ville, rapporte une bonne demande pour le Cognac Boulestin et l'eau de Vichy trèfle rouge. M. A. A. Décelles a acquis une expérience considérable dans les liqueurs, et, de ce fait, il est en position de renseigner ses clients.

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE		La cse
Ed. Pernod (3)	..	14.50
G. Pernod (14)	..	13.50
Pernod Fils (12)	..	15.00
Legier Pernod (13)	..	14.50

AMERS		
Amer Picon (12)	..	11.00
Unicorn (13)	..	Lacse
Orange	..	qts. 7.00
Angostura	..	" 5.75
Celery	..	" 5.75
Jamaica	..	" 5.75

APERITIFS		
Dubonnet (1)	..	La cse
Litres	..	12.00

BIERES		
Bass' (4)	..	qts. pts.
E. & J. Burke's Bottling..	..	2.65 1.65
Bass' (4)	..	qts. pts.
C. G. Hibbert's Bottling	..	2.65 1.65
Bass' (3)	..	qts. pts.
Read Bros. Dog's Head.	..	2.60 1.70
Bass' (6)	..	qts. pts.
Boar's Head.	..	? 65 1.65
Bass & Co. (6)	..	In wood.
Hhds	..	40.00
Bbls	..	28.25
India Pale, Kilderkins	..	15.99
India Pale, Firkin	..	8.90
Machen & Hudson (5)	..	qts. pts.
Marque "Beaver"	..	2.50 1.55
Pennants (6)	..	2.50 1.65
Pabst (1)	..	Quarts
Export, 10 doz.	..	12.75
Blue Ribbon, 10 doz.	..	13.75

BIGARREAUX		
Nelson Dupoy (14)	..	qts. pts.
Bigarreaux..	..	8.00 9.00
L. A. Price (1)	..	qts. pts.
Bigarreaux au Marasquin	8.00 9.00
Teysonneau (12)	..	
Bigarreaux au Marasquin.	..	10.00 6.00

BOURGOGNES BLANCS		
Bouchard, Père & Fils (12)	..	qts. pts.
Chablis..	..	8.00 9.00
Chablis, 1889..	..	11.75
J. Calvet & Cie (6)	..	qts. pts.
Chablis	..	11.50 12.50
F. Chauvenet (15)	..	
Montrachet [marq. Gulche]	..	20.00 10.00
Chablis Supérieur..	..	7.25 8.25
W. D'Arcourt & Cie (13)	..	qts. pts.
Chablis	..	7.25 8.00
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	..	qts. pts.
Chablis..	..	8.50 9.50
Frédéric Mugnier (3)	..	qts. pts.
Chablis..	..	8.00 9.00
Jules Régnier & Cie (14)	..	qts. pts.
Chablis Supérieur..	..	8.00 9.00
Chablis Moutonne..	..	10.00 11.00
Clos Blanc de Vougeot..	..	19.00 20.00

BOURGOGNES MOUSSEUX		
Bouchard, Père & Fils (12)	..	qts. pts.
Beaune..	..	16.00 17.00
Nuits..	..	18.00 19.00
F. Chauvenet (15)	..	qts. pts.
"White Cap" [blanc]	..	23.00 25.00
"Pink Cap" [rose]	..	23.00 25.00
"Red Cap" [rouge]	..	22.00 24.00
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	..	qts. pts.
Nuits — rouge..	..	17.00 18.50
Jules Régnier & Cie (14)	..	qts. pts.
Nuits..	..	16.00 17.00
Clos Blanc de Vougeot..	..	19.00 20.00

BOURGOGNES ROUGES		
Bouchard, Père & Fils (12)	..	qts. pts.
Macon..	..	6.50 7.50
Beaujolais..	..	8.00 9.00
Beaune..	..	8.00 9.00
"Club"	..	8.00 9.00
Pommard..	..	9.00 10.00
Nuits..	..	11.00 13.50
Chambertin..	..	16.00 17.00
Clos de Vougeot..	..	20.00 21.00
J. Calvet & Cie (6)	..	qts. pts.
Beaune..	..	1889.. 9.00 10.00
Pommard..	..	1887.. 11.50 12.50
Volnay..	..	1889.. 13.75 14.75
Chambertin..	..	1887.. 18.00 19.00
F. Chauvenet (15)	..	qts. pts.
Clos-de-Vougeot..	..	25.50 26.50
Chambertin..	..	18.50 19.50
Romanée..	..	18.50 19.50
Corton [Clos-du-Rol]..	..	15.50 16.50
Nuits..	..	13.00 14.00
Volnay..	..	12.50 13.50
Pommard..	..	11.50 12.50
Beaune..	..	10.00 11.00
Moulin-à-Vent, Macon vieux	..	
Supérieur..	..	9.00 10.00
Beaujolais..	..	7.00 8.00
Macon [Cholx]..	..	6.50 7.50
W. D'Arcourt & Co. (13)	..	qts. pts.
Macon	..	4.90 5.75
Pommard	..	5.65 6.59
Nuits St-Georges	..	7.25 8.09
Chambertin	..	8.50 9.50
A. Lalande & Cie (5)	..	qts. pts.
Macon..	..	4.40 5.40
Beaujolais..	..	5.00 6.00
Beaune..	..	6.00 7.00
Pommard..	..	6.60 7.60

C. Marey & Liger-Bélaire (4)	..	qts. pts.
Beaujolais..	..	6.25 7.25
Macon..	..	6.50 7.50
Beaune..	..	6.75 7.75
Pommard..	..	8.50 9.50
Nuits..	..	13.00 14.00
Chambertin	..	16.50 17.50
Frédéric Mugnier (3)	..	qts. pts.
Beaujolais..	..	6.00 7.00
Macon..	..	6.50 7.50
Beaune..	..	7.00 8.00
Pommard	..	8.50 9.50
Nuits	..	10.50 11.50
Chambertin	..	15.00 16.00
Jules Régnier & Cie (14)	..	qts. pts.
Beaujolais..	..	6.50 7.50
Macon..	..	7.00 8.00
Nuits..	..	8.50 9.50
Beaune..	..	9.00 10.00
Pommard..	..	11.00 12.00
Corton..	..	13.00 14.00
Chambertin..	..	15.00 16.00
Tache Romanée..	..	20.00 21.00
Clos Vougeot..	..	19.00 20.00

CHAMPAGNES		
Ackerman-Laurance (15)	..	qts. pts.
"Dry-Royal"	15.75 16.75
½ pts. paniers 1 doz ; pa-	..	
quets de 4 paniers..	..	18.00
Victor Clicquot (10)	..	qts. pts.
Extra Dry & Brut	28.00 30.00
Fleur de Sillery	20.00 22.00
Marchal, Comte d'Erlon.	..	13.00 15.00
Cluny, Père & Fils (13)	..	qts. pts.
Extra Dry	20.00 22.00
Comte de St-Aubin (13)	..	qts. pts.
Extra Dry	12.00 13.00
Deutz & Geldermann (14)	..	qts. pts.
Gold Lack, Sec, cuvée 1898.	..	29.00 31.00
Gold Lack, Brut..	..	31.00 33.00
Duc de Montlouis (1)	..	qts. pts.
Cuvée Réservee	10.00 11.50
Carte Noire	12.50 13.50

Carte D'or	14.00 15.99
Louis Duvau (5)	..	13.50 15.00
Alfred Gratien (14)	..	qts. pts.
Réserve..	..	14.00 15.00
Heidsieck & Co. (5)	..	
Dry Monopole	31.00 33.00
Moët & Chandon (4)	..	qts. pts.
White Seal..	..	28.00 30.00
Brut Imperial..	..	31.00 33.00
G. H. Mumm & Co. (6)	..	qts. pts.
Extra Dry..	..	28.00 30.00
Selected Brut..	..	31.00 33.00
Selected Brut .. 1898..	..	32.00 34.00
Selected Brut .. 1895..	..	38.00 40.00
Extra Dry, paniers 1 doz. ¼ B.	..	8.50
Extra Dry, paniers 2 doz. ¼ B.	..	17.00
Louis Roederer (1)	..	qts. pts.
Grand Vin sec	28.00 30.99
Vin Extra sec	28.00 30.99
Brut spécial Cuvée	30.00 32.00
Veuve Bara Noël (14)	..	17.00 18.00
Ve Pommery, Fils & Cie (12)	..	qts. pts.
Sec, ou Extra Sec..	..	28.00 30.00
Brut [vin naturel]..	..	30.00 32.00

CLARETS		
Barton & Guestier (4)	..	qts. pts.
Floirac	5.00 6.00
Medoc..	..	5.25 6.25
Margaux..	..	5.50 6.50
St-Julien..	..	6.00 7.00
Batailley..	..	9.50 10.50
Pontet Canet..	..	11.00 12.00
Château Leoville..	..	20.00 21.00
Château Larose..	..	20.00 21.00
Château Margaux..	..	24.00 25.00
Château Lafitte..	..	24.00 25.00
Bordeaux Claret Co. (14)	..	qts. pts.
Bon Bourgeois..	..	3.00 4.00
St-Julien..	..	3.50 4.50
Montferrand..	..	4.00 5.00
Château Brûlé	5.00 6.00
J. Calvet & Co. (6)	..	qts. pts.
St-Vincent..	..	3.50 4.50
Medoc..	..	4.50 5.50
Floirac..	..	5.00 6.00
Margaux..	..	5.50 6.50
Château Lascombe (1)	..	qts. pts.
Margaux	2.25 3.00
Nelson Dupoy (14)	..	qts. pts.
Château de Montlys	6.25 7.25
Saint-Julien..	..	6.00 7.00
Batailley	9.00 10.00
Pontet-Canet..	..	1893.. 10.00 11.00
Pontet-Canet..	..	1887.. 11.50 12.50
Leoville Barton	1889.. 14.25 15.25
Smith Lafitte..	..	1890.. 14.75 15.75
Mouton Rotschild..	..	

Faure Frère (3)	..	qts. pts.
Bon Bourgeois	3.00 4.00
Côtes	3.50 4.50
Bon-Ton	4.00 5.00
St-Emilion	4.50 5.50
Ch. Dugay..	..	6.00 7.00
Floirac	4.50 5.50
Medoc	5.00 6.00
Margaux	5.50 6.50
St-Julien	6.00 7.00
Pontet Canet	9.00 10.00
Château Gruaud Larose	12.00 13.00
Côtes..	..	le gallon. 1.00
Galibert & Varon (10)	..	qts. pts.
Medoc, par caisse	4.00 5.00
St. Emilion, par caisse	5.00 6.00
St. Estèphe, par caisse	6.00 7.00
Paulliac, par caisse	7.00 8.00
St. Julien, Margaux, p. cse	..	8.00 9.00
L. Gaudin & Cie (1)	..	qts. pts.
St-Julien	2.50 3.00
St-Estèphe..	..	3.00 3.50
A. Guilha Frère Aîné (13)	..	qts. pts.
Bas Médoc	3.50 4.00

St-Estèphe	4.00	4.50
St-Julien	6.00	7.00
Pontet-Canet	6.50	7.50
Chat-Bataille	7.75	8.75
Nathaniel Johnston & Fils (12) qts. pts.		
Ordinaire.. . . .	4.00	5.00
Château Chamfleuri.. . . .	4.00	5.00
St-Loube.. . . .	4.75	5.75
"Club".. . . .	5.00	6.00
Medoc.. . . .	5.50	6.50
Margaux.. . . .	5.75	6.75
St-Julien.. . . .	6.00	7.00
St-Estephe.. . . .	7.00	8.00
Château Dauzac.. . . .	9.50	10.50
Pontet Canet.. . . .	11.00	12.00
Margaux Supérieur.. . . .	11.00	12.00
Château Beaucallou.. . . .	15.00	16.00
Château Leoville	19.00	20.00
Château Larose	19.00	20.00
Château Margaux.. . . .	20.00	21.00
Château Lafitte.. . . .	21.00	22.00
A. Lalande & Cie. (5) qts. pts.		
1893 Medoc.. . . .	4.40	5.40
1890 Floirac.. . . .	4.40	5.40
1889 St-Julien.. . . .	4.80	5.80
1893 St-Emilion.. . . .	5.20	6.20
1890 St-Estephe.. . . .	5.20	6.20
1889 Château Pontet Canet.. . . .	6.80	7.80
1889 Château Leoville.. . . .	11.00	12.00
1889 Château Lafitte.. . . .	14.00	15.00
Léon Pinaud (4) qts. pts.		
St-Julien	2.50	3.50
G. Pradel et Cie (2)	2.75	3.25
P. Vernot (2)	2.75	3.25

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co. (14) La cse	
Manhattan, Martini, Tom Gin, Vermouth, Gin, Whiskey, American.. . . .	9.50
G. F. Heublein Bros. "Club" (5)	
Manhattan, Martini, Whiskey, Vermouth, Old Tom, ou assortis.	12.75

COGNACS

J. Bern et Cie (13) La cse	
3 Stoiles, Etiquette dorée .. qt.	7.75
3 Etoiles, Etiquette bleue .. qt.	7.50
Bisquit, Dubouché & Cie (5) La cse	
★	9.50
10 years old.. . . .	12.25
Old Liqueur. . . 20 years old, qt.	16.00
V. V. S. O. P. 55 years old, qt.	45.00
Au gallon.. . . .	4.00 @ 10.00
J. Borianne (3) La cse	
X X X '	7.50
Au gallon.. . . .	3.75 @ 4.75
Boulestin & Cie (1) 1 cse 5 cses	
★★★	10.50 10.25
★ Fluted	12.00 11.75
1846	45.00
Boutelleau Fils (14) La cse	
V. S. O. P. 1855.. . . .	16.00
Doctor's Special.. . . .	11.00
Marie Brizard et Roger (13) La cse	
Fleur de France, 1 fleur .. qts.	10.00
Fleur de France, S.O.P. .. qts.	16.00
Fleur de France, C.V. 1858 qts.	25.00
Clouret et Cie (7) La cse	
Quarts	10.50
Jules Coadon & Co. (6) La cse	
12 quarts.. . . .	8.00
24 flasks	9.90
Au gallon	3.90 @ 4.50
Cognac Distillers Association (14) La cse	
★★★	9.00
V. O.	12.00
V. S. O. P.	15.00
X. X. O.	20.00
3 grapes.	3.75
V. O.	4.00
1875.	5.50
Comandon & Co. (6) La cse	
Special	9.50

Reserve extra	10.50
★★ et X. O.	15.00
V. S. O. P.	16.50
Au gallon	4.50 7.50
Chs Couturier & Cie (2) La cse	
★★★	7.50
Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks, et 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Quarts, Casks, etc.	3.80 à 4.00
D'Angely (3) La cse	
XXX.	6.50
Dervos & Cie (1) 1 se 5 cses	
Quarts.. . . .	8.00 7.75
Pints.. . . .	9.00 8.75
24 flasks n. c.	9.00 8.75
M. Durand & Cie (1) La cse	
★★★	5.50
★★★	6.50
★★★	7.90
16 flasks	1.50
24 flasks n. c.	6.00
32 flasks	6.75
48 1-2 flasks n. c.	7.00
Par 5 cses, 25c. de moins.	
Lucien Foucauld & Cie (10) La cse	
1 Etoile, 12 Bout.	9.50
3 Etoiles. 12 Bout.	12.50
"Crown Liqueur"	14.00
V. O., 15 ans d'âge	16.50
Medico Tonic	18.00
V. S. O., 20 ans d'âge	20.00
V. S. O. P., 25 ans d'âge	24.00
V. V. S. O. P., 30 ans d'âge	28.00
1847	45.00
P. Frapin & Cie (3) La cse	
★	9.50
Medical.. . . .	10.50
20 years old.	13.00
25 years old.	16.00
30 years old.	19.00
Au gallon.. . . .	4.00 @ 7.00
Fromy & Rogee (6) La cse	
Medical Reserve	10.00
Medical Reserve, V.O.	12.50
Gonzalez, Staub & Cie (1) La cse	
Quarts	9.00
Pints	10.00
24 Flasks	10.00
48 Flasks	10.00
1 Etoile	11.50
3 Etoiles	14.00
V. S. O.	16.50
V. S. O. P.	18.25
Jas. Hennessy & Co. (9) qts. pts.	
★	13.00 14.00
★★★	16.00
V. O.	17.25
S. O.	25.00
X. O.	35.00
X. S. O.	45.00
Extra.. . . .	60.00
Jimenez & Lamothe (14) La cse	
XXX.	11.00
V. S. O. P.	15.50
1890.	18.00
1865.	20.00
Au gallon.. . . .	4.25 @ 4.35
F. Marion & Cie (2) La cse	
★★★	6.00
Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Quarts, Casks, etc.	3.40 à 3.75
Martell & Co. (4) La cse	
Une Etoile.. . . .	12.75
3 Etoiles.. . . .	16.00
V. O.	17.25
V. S. O. P.	18.75
V. V. S. O. P.	38.00
Denis Mounie & Cie (7) La cse	
Pure Grape	12.00
Au gallon	4.20 à 4.60

Jacques Nicot & Cie (10) La cse	
1 Etoile. 12 Bout.	9.00
2 Etoiles. 12 Bout.	10.00
3 Etoiles. 12 Bout.	11.50
V. O. 12 Bout.	12.00
V. S. O. 12 Bout.	13.00
V. S. O. P. 12 Bout.	14.00
Réserve 1870. 12 Bout.	16.00
Réserve 1865. 12 Bout.	17.00
Réserve 1858. 12 Bout.	18.00
Pour ordres d'importations d'au moins 30 caisses, s'adresser aux agents.	
Otard, Dupuy & Cie (15) La cse	
Spécial.. . . .	9.50
Une étoile.. . . .	12.00
Deux étoiles.	14.00
Trois étoiles.. . . .	16.00
V. S. O. P.	17.50
Parville et Cie (2) La cse	
★★★	12s. qts. 5.00
V. Pinot & Cie (1) La cse	
★★★	6.00
★★★	7.00
★★★	7.50
V. O.	7.00
V. O.	8.00
16 flasks	7.00
24 flasks n. c.	6.75
32 flasks	7.25
48 1-2 flasks n. c.	7.50
Par 5 cses, 25c. de moins.	
C. Pluchon & Cie (1) 1 cse 5 cses	
Quarts	7.25 7.00
E. Puet (3) La cse	
★	9.50
Au gallon.	4.00 @ 7.00
Quantin & Co. (6) La cse	
★★★	9.50
Au gallon	4.25 @ 5.50
J. Rémy (3) La cse	
Quarts.. . . .	6.50
Flasks	7.50
1-2 flasks	8.50
Renault & Cie (12) La cse	
★	10.00
V. O.	12.00
3 étoiles S. V. O.	15.00
V. S. O. P.	21.00
Club.. . . .	18.00
50 Years Old.. . . .	40.00
Au gallon.. . . .	4.00 @ 10.00
Fh. Richard (2) La cse	
S. O.	22.50
20 ans flutes	17.50
V. S. O. P.	12.25
V. S. O.	10.50
V. O.	9.00
Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.	
Richard	3.40 à 6.00
Jules Robin & Cie. (4) La cse	
Quarts.. . . .	9.50
24 Flasks.. . . .	10.00
Sazerac de Forge & Fils (9) La cse	
Quarts.. . . .	9.50
Flasks.. . . .	10.25
Au gallon.. . . .	4.25
EAUX	
Apenta Hungarian, Aparient (5) La cse	
25 Quarts.. . . .	6.25
50 Pints	9.50
Sparkling Splits	5.50
Apollinaris (5) La cse	
50 Quarts.. . . .	7.50
100 Pints.. . . .	10.50
100 Splits.. . . .	8.50
Cantrell & Cochrane (4) La doz	
Belfast Ginger Ale.. . . .	1.40
Club Soda.	1.40
Seltzer.. . . .	1.40
Potass Water.. . . .	1.40
Dry Imperial Ginger Ale	1.50

Hiawatha (2)	
Naturelle, 1-2 gals.	12s 4.75
Naturelle, 1-4 gals.	50s 7.50
Gazeuse	qts. 50s 7.50
Gazeuse	pts. 100s 10.50
Gazeuse	splits 100s 8.50
Libertyville Crystal Spring (1)	La cse
Quarts. 50 Bout.	7.50
Pints. 100 Bout.	10.50
Splits 100 Bout.	8.50

Schwepe's, de Londres (12)	La doz.
Soda Water Co. Cylindres, pour 2..	1.35
Soda Water, Bomhays.. . . .	pour 3.. 1.50
Soda Water, Splits.. . . .	pour 1.. 1.10
Dry Ginger Ale.. . . .	1.35
Seltzer.. . . .	1.40
Potass Water.. . . .	1.40
St-Galmier (3)	La cse
Source Badoit.. . . .	6.00
Vichy (3)	La cse
Célestins, Grande Grille, Hôpital,	
Hauterive.. . . .	10.00
Vichy.. . . .	La cse
Principale.. . . .	7.00
Vichy.. . . .	La cse
La Capitale, 50s. (2)	7.50
Vichy.. . . .	La cse
Sanitas, 50s.	8.00
" 1-2-100s.	9.50
" Splits 100s.	7.50
Vichy (13)	La cse
Source St-Charles	8.00
Source Aubert	7.50
Vichy St-Yorre (14)	La cse
Source St-George.. . . .	8.00
Bassin de Vichy (1)	La cse
Source St-Louis	8.00
Vittel (13)	La cse
Grande Source	10.50
Source Salée	10.50

GINS

Blankenheym & Nolet (14)	La cse
Marque 'Clef', C'ses Rouges.. .	1 1/2 5.00
Marque 'Clef', C'ses Vertes.. .	5.00
Marque 'Clef', C'ses Violettes ..	5.00
En cruchons vieux.. . . .	9.50
Au gallon.. . . . de 3.05 @	3.20
John de Kuyper & Son (4)	La cse
Caisses Rouges	15s. 11.75
Caisses Vertes	12s. 6.25
Caisses Violettes.. . . .	24c. 5.50
Au gallon	3.15 à 3.30
P. Hoppe, "Night Cap" (1)	La cse
Rouges.. . . .	10.65
Jaunes.. . . .	11.00
Vertes	5.25
Bleues.. . . .	6.00
Violettes.. . . .	2.50
Au gallon	3.05 3.25
P. Hoppe, "Imperial" (1)	La cse
Rouges.. . . .	10.50
Vertes	5.00
Violettes	2.45
Melchers, de Berthierville (3)	La cse
Croix Rouge. Caisses Rouges.. .	11.25
Croix Rouge. Caisses Vertes.. .	5.85
Croix Rouge. Caisses Violettes.. .	5.00
J. J. Melchers (3)	La cse
Honey Suckle, Cruch verre . . .	9.00
Honey Suckle, Cruch pierre . . .	9.00
Netherland's Steam Disty. Co. (1)	La cse
Kiderlen's "Croix d'honneur".	
Caisses Rouges.. . . .	11.00
Caisses Vertes.. . . .	5.25
Caisses Violettes.. . . .	2.50
Cruchons verre—12s 3 gals. . .	11.75
Cruchons verre—24s 3 gals. . .	12.75
Cruchons verre—12s 5 gals. . .	17.50
J. & W. Nicholson & Co. (10)	La cse
Old Tom	8.25
London Dry	8.00
Sloe	12.50

A. C. A. Nolet, Schiedam (5)	La cse
Caisses Rouges.. . . .	10.75
Caisses Vertes.. . . .	5.75
"The Real" Dry	7.10
Old John (2)	La cse
Caisses Rouges	15s 9.75
Caisses Vertes	12s 5.25
Caisses Pony	24s 4.50

Van Dulken Weiland & Cie (13)	La cse
Bouteilles Noires.	
Violettes, 11-2 gallon, 24 Bout.	4.95
Vertes, 11-2 gallon, 12 Bout.	4.95
Vertes, 2 gallons, 12 Bout.	5.85
Rouges, 3 1-2 gallons, 15 Bout.	10.75
Rouges, 4 gallons, 15 Bout.	11.25
Bouteilles Blanches.	
Violettes, 11-2 gallon, 24 Bout.	5.50
Bleues, 11-2 gallon, 12 Bout.	5.25
Bleues, 2 gallons. 12 Bout.	6.50
Jaunes, 3 1-2 gallons, 15 Bout.	11.20
Jaunes, 4 gallons, 15 Bout.	11.75

LAGERS

W. E. Johnson's (13)	
Compass Brand	2.65 1.65
Miller Brewing Co. (2)	Le Brl.
Marque "High Life", 10 doz. . .	12.50
Marque "Buffet", 10 doz. . .	12.00
Malt Extract, 8 doz.	15.60

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine (12)	qts. pts.
12 litres.. . . .	19.50 21.00
Briand & Jaquet (1)	La cse
Cherry Whiskey	7.50
Blackberry Brandy	7.50
Cherry Brandy	7.50
Crème de Mente	9.90
Curacao Orange	9.90
Sirop de Grenadine	7.00
Marie Brizard & Roger (12)	La cse
Anisette.. . . .	13.50
Curacao, Orange ou Blanc.. .	12.50
Marasquin.. . . .	13.00
Kummel, Superfin.	12.00
Kummel Crystallisé.. . . .	12.50
Green Peppermint.. . . .	13.00
Crème de Menthe, Blanche.. .	13.00
Cherry Cordial.	12.00
Cherry Brandy.. . . .	12.00
Blackberry Brandy.. . . .	12.00
Kirsch.. . . .	11.00
Bitter Triple.. . . .	12.00
Liqueurs assorties.. . . .	13.00
Crème de Menthe Verte.	13.00
Crème de Moka.. . . .	13.00
Crème de Cassis	13.00
Crème de Noyau	13.00
Eau-de-vie de Dantzik.. . . .	13.00
Orange Bitters.. . . .	9.50
Punch au Kirsch.. . . .	11.00
Peach Brandy.. . . .	12.00
Chartreuse St-Denis (2)	qts. pts.
Verte	10.50 11.50
Jaune	10.50 11.50
Delizy & Dolstan (3)	qts. pts.
Curacao	12.00
Marasquin	12.00
Kummel	12.00
Liqueur jaune	15.00 16.00
Liqueur verte	16.00 17.00
Alex Droz & Cie (12)	qts. pts.
Crème Cacao-Chouva.. . . .	16.00 17.00
Nelson Dupoy (14)	qts. pts.
Maraschino.. . . .	12.00
Grenadine.. . . .	8.50
Frémy Fils (12)	qts. pts.
Cherry Whiskey, [Chesky] . . .	16.00 17.00
Orange Whiskey.. . . .	14.00
N. Fricquet & Cie (13)	La cse
Cherry Whisky	12 qts. 8.50
Cherry Brandy	" 8.50
Blackberry Brandy	" 8.50
Peach Brandy	" 9.00
Apricot Brandy	" 9.00

Crème de Menthe	" 9.00
Crème de Menthe Boule, 12 litres	12.00
Crème de Vocoa	12 qts. 8.50
Crème de Noyau	" 9.00
Kirsch	La cse 9.00
Kummel	9.00
Marasquin	9.00
Curacao	10.00
Jules Lamothe (14)	qts. pts.
Cherry Whiskey	9.00
Pères Chartreux (13)	La cse
de Tarragone.	
Liqueur Jaune	12 litres 23.00
Liqueur Jaune	24/2 " 24.50
Liqueur Verte	12 " 27.50
Liqueur Verte	24/2 " 29.00
Melrose Drover Ltd (3)	La cse
Cherry Whiskey.. . . .	11.00
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.
Crème de Menthe Verte.. .	11.00
Cherry Brandy.. . . .	11.00
Cacao l'Hara à la Vanille . . .	12.50
Kirsch ***.	11.00
Prunelle de Bourgogne. . . .	12.50
Crème de Framboises.. . . .	12.25
Fine Bourgogne, 12 lit.. . .	20.00
Crème de Cassis.. . . .	11.00
Fine Bernard.. . . .	15.00
Grenadine.. . . .	8.50
Anisette.. . . .	11.00
Kumel.. . . .	12.00
Tournil & Fleury (2)	qts. pts.
Anisette	8.00
Crème de Menthe	8.00
Crème de Cacao	8.00
Crème de Cassis	8.00
Curacao	8.00
Sirop Grenadine	6.00
Gabriel Viard, Troyes (10)	12 24/2
	litres litres
Chartreusette jaune	22.00 24.00
Chartreusette verte	24.00 26.00
Pur Abricot [the genuine] . . .	28.00 30.00
Marasquin, bout. d'origine	22.00 24.00
Viardictine de l'Abbaye St.	
Urbain	20.00 22.00
Curacao, triple sec	20.00 22.00
Peppermint [Menthe verte]	20.00 22.00
Cassis Imperator	20.00 22.00
Crème de Cacao, Schouwa	
à la vanille	20.00 22.00
Crème de Moka	20.00 22.00
Anisette Extra fine, Cru-	
chons ou flacons	20.00 22.00
Curacao quadruple sec	22.00 24.00
Pour ordres d'importation, 25 caisses	
minimum, s'adresser aux agents.	
Wilson (14)	qts. pts.
Blackberry Brandy.. . . .	9.00
MADERE	
Blandy Bros. (2)	La cse
Very Superior.. . . .	8.50
Special Selected	10.50
London Particular.. . . .	13.00
Cossart, Gordon & Co. (5)	
Au gallon.. . . . de 2.50 à 9.00	
Rutherford & Browne (15)	
Au gallon.. . . . de 2.50 @ 10.00	
MALAGA	
Blandy Bros. (2)	La cse
Etiquette Bleu—pâte-doux. . .	7.50
Etiquette Blanc—pâte.. . . .	10.00
Adolfo de Torres y Hermanos. .	
Au gallon.. . . . de 2.50 @ 5.00	
MOSELLE	
Deinhard & Co. (4)	qts. pts.
Brauenberger.. . . .	9.00 10.00
Piesporter	10.00 11.00
Berncasteler Doctor.	15.00 16.00
Crown Sparkling.. . . .	18.50 20.00
Nonpareil Sparkling.. . . .	24.50 26.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts. pts.
Zeltinger.. . . .	8.50 9.50

Brauenberg...	12.00	13.00
Pisport..	13.00	14.00
Scharzberg—1895..	18.00	
Sparkling Moselle..	18.00	19.50
Frédéric Krote (14)	qts.	pts.
Sparkling..	16.00	17.00
Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Winneger ..	6.00	7.00
Braünberger ..	8.50	9.50
Sparkling ..	17.00	18.00
Hocheimer ..	17.00	18.00
Cabinet ..	23.00	25.00
P. J. Valckenberg. Ltd. (6)	qts.	pts.
Piesporter ..	8.50	9.50
Zeltinger ..	9.00	10.00
Braünberger ..	15.00	16.00
Berncastler Doctor ..	16.50	17.50

OLD TOM & DRY GINS

Boords (9)	La cse	
Old Tom..	7.25	
London Dry....	7.25	
Booth (4)	La cse	
London Dry ..	8.00	
Old Tom ..	8.00	
Club (3)	La cse	
Old Tom..	6.50	
Old Tom au gallon ..	3.00	
Cold & Co. (1)	La cse	
Marque Beaver ..	Qts. 5.75	
Marque Beaver ..	Pts. 6.75	
London Dry ..	Qts. 6.00	
London Dry..	Pts. 7.00	
Colonial (3)	La cse	
London Dry..	6.50	
Gordon (12)	La cse	
London Dry..	7.50	
Old Tom..	7.50	
Hill's & Underwood (6)	La cse	
London Dry ..	7.50	
Old Tom ..	7.50	
Imperial Wine Co. (6)	La cse	
London Dry..	6.50	
Old Tom..	6.50	
A. C. A. Nolet (5)	La cse	
"The Real" Dry ..	7.10	
Thorne (14)	La cse	
Old Tom..	7.50	
London Dry..	7.50	
Wilson (14)	La cse	
Royal Crown Old Tom..	6.50	
Au gallon...	2.00 @ 3.00	

Oporto

Blandy Bros. (2)	La cse	
Invalid's Special ..	12.00	
Good Fruity ..	7.50	
J. W. Burmester (14)	La cse	
Royal..	5.00	
Crusado ..	6.00	
Rich Douro..	9.00	
White Port..	11.00	
Old Crusted..	12.00	
Royal Dry Superior ..	18.00	
J. M. Caselles y Tarrats (3)		
Au gallon..	1.00 à 1.50	
Cockburn, Smithes & Co. (4)		
Tawny..	La cse. 16.00	
Au gallon...	2.75 @ 7.00	
Croft & Co. (6)		
Au gallon..	2.40 @ 7.50	
A la caisse ..	7.00 @ 24.00	
Geo. H. Delaforce.		
"Trocadero" ..	qts. la cse. 9.00	
Robt. Delaro & Co. (2)		
"Antique" ..	qts. la cse. 7.00	
Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse	
Pioneer ..	12.00	
Commendador ..	16.00	
Au gallon ..	\$2.75 à \$ 9.00	
Garcia Hijos (2)	8.50	
Gulmaraens & Co. (6)		
Invalid's Reserve..	La cse. 7.50	
Au gallon...	2.25 @ 5.50	

Hunt, Roope, Teage & Co. (9)		
Au gallon.....	2.00 @ 5.50	
Oliva Morez y Ca. (3)	La cse	
Old Tawny ..	5.50	
MacKenzie & Co. Ltd. (12)		
Au gallon..	2.50 @ 10.00	
A. Rizat et Cie (2)	2.50	
Robertson Bros. & Co. (3)	La cse	
Medal Port No 1 ..	16.00	
Medal Port No 2 ..	13.00	
Favorita Oporto ..	8.00	
Au gallon.....	1.50 @ 6.50	
Sandeman & Co. (12)	La cse	
Superior Old..	12.00	
"Club" ..	18.00	
"1890" ..	25.00	
Au gallon..	2.50 @ 15.00	
T. G. Sandeman & Sons (5)		
Au gallon.....	2.75 @ 9.00	
Silva & Cosens (15)	La cse	
Dow's Admiral..	16.50	
Au gallon..	2.50 @ 14.00	
Manual Tosta (2)	6.50	
Wiese & Krohn (10)		
Tinto Novo ..	gallon 1.50	
Caisse 12 qts.	5.50	
Tinto Novo No 1 ..	gallon 2.15	
Ligittimo No 1 ..	gallon 3.20	
Caisse 12 qts.	7.50	
Particulier ..	gallon 3.50	
Invalid Port ..	cse 12 qts. 10.00	
T. Ventura & Co. (2)	4.50	

PORTER ANGLAIS

Guinness (3)	qts.	pts.
Read Bros. "Dog Head"...	2.60	1.65
Guinness' (4)	qts.	pts.
E. & J. Burke, bottling..	2.60	1.65
W. E. Johnson & Co. (13)	qts.	pts.
Marque Compass ..	2.55	1.65
Machen & Co. (6)		
Marque Pelican ..	2.60	1.65
Machen & Hudson (5)		
Marque "Beaver" ..	2.50	1.50

RHUMS

Boivin, Wilson & Cie (3)	qts.	pts.
Black Joe ..	8.00	9.00
No 7... ..	7.00	8.00
Marie Brizard & Roger (12)	qts.	pts.
Ste-Croix..	12.00	
P. S. Clément..	11.00	
Jamaïque au gallon..	5.00	
E. & J. Burke (4)	qts.	pts.
Jamaica..	9.50	
Dandicolle & Gaudin (1)	qts.	pts.
Lion ..	8.00	9.50
Royal ..	0.00	11.00
St-Marc ..	0.00	9.50
Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Kaiopa Habitation ..	10.50	12.50
Vieux Rhum ..	12.00	14.00
Carmencita (Jamaica) ..	13.00	15.00
H. G. Kewney & Co. (5)	qts.	pts.
Old London Dock—1Etoile ..	7.75	
Old London Dock—3 Etoiles ..	8.75	
Navy Reserve (6)	qts.	pts.
Jamaica ..	9.00	
J. B. Sherriff & Co. (9)		
Marque "Bell" ..	9.00	
Marque "Bell", 36 o. p. au		
gallon..	5.00	
Marque "Blue Star", 36		
o. p. au gallon...	4.75	
Thorne (14)	qts.	pts.
Marque "Lion" ..	8.00	
Liquid Sunshine..	9.50	
Turner (2)	La cse	
Quarts ..	7.00	
Pints ..	8.00	
½ Pints ..	9.00	

SAUTERNES

Barton & Guestier (4)	qts.	pts.
Haut Sauternes ..	12.50	13.50
Graves ..	6.00	7.00
Barsac... ..	8.75	9.75
Château Yquem..	24.00	25.00
J. Calvet & Cie (6)	qts.	pts.
Graves..	5.25	6.25
Sauternes..	5.50	6.50
Haut Sauternes ..	1901...11.50	12.50
J. Dutrenit & Cie (14)	qts.	pts.
Graves... ..	3.50	4.50
Faure Frères (3)	qts.	pts.
Sauterne..	4.00	5.00
Sauterne..	5.00	6.00
Haut Sauterne..	8.00	9.00
Château Barsac..	6.50	7.50
Château Yquem....	15.00	16.00
Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Graves ..	4.00	5.00
Barsac ..	7.00	8.00
Haut Sauternes ..	8.00	9.00
Château Yquem ..	18.00	19.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts.	pts.
Ordinaire ..	5.50	6.50
Haut Sauternes ..	9.00	10.00
A. Guilhou Frère Aîné (13)	qts.	pts.
Sauternes ..	4.50	5.25
Haut Sauternes ..	5.00	6.00
Graves Martillac ..	6.00	7.00
Jimenez & Lamothe (14)	qts.	pts.
Sauternes..	6.00	7.00
Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts.	pts.
Barsac... ..	6.00	7.00
Sauternes... ..	6.00	7.00
Graves... ..	6.00	7.00
Haut Sauternes..	11.50	12.50
Château Yquem..	20.00	21.00
A. Lalande & Cie (5)	qts.	pts.
1890 Graves..	4.80	5.80
1888 Barsac..	5.20	6.20
Lecompte & Morel (2)	2.75	3.25
Vigneau & Cambours (2)	3.50	4.00
Gustave Vigneron (1)	3.00	4.00

SHERRIES

Blandy Bros. (2)		
Manzanilla..	La cse....	8.50
Amoroso..	La cse....	11.00
J. M. Caselais y Tarrats (3)		
Au gallon..	1.00 à 1.50	
F. W. Cosens & Co.		
Au gallon..	de 2.00 @ 10.00	
Richard Davies (9)		
Au gallon..	1.50 @ 5.00	
Pedro Domacq (5) au gallon	1.25 @ 9.00	
Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse	
Emperador ..	16.00	
Corona ..	12.00	
D. Goni Feuerheerd (7)		
Caisses ..	16.00	
Au gallon ..	3.00 à 9.00	
Manuel Gamboa Ramirez (6)		
Au gallon ..	1.25 @ 4.50	
A la caisse ..	4.50 @ 12.00	
Jose Gomez (2)	La cse	8.50
Corona ..	12.00	
Gonzalez & Byass (14)	La cse	
Royal ..	5.00	
Favorita ..	6.00	
Club, 1870 ..	9.00	
Amontillado ..	12.00	
Orange ..	8.00	
Au gallon..	1.50 @ 5.00	
P. Juanito & Co. (2)	La cse	6.50
M. Misa (4) au gallon ..	1.50 @ 6.00	
Oliva Morez y Ca. (3)	La cse	
Golden Sherry ..	5.50	
Mackenzie & Co. Ltd. (12)		

Au gallon..	1.50 @ 10.00
Robertson Bros. & Co. (3)	La cse
Amontillado ..	16.00
Manzanilla ..	13.00
Olorozo ..	8.00
Au gallon..	1.75 @ 7.50
Sanchez Hermanos (2)	La cse 4.50
Sanderman Buck & Co. (Julian Pémartin) (12)	La cse
Pale Dry ..	12.00
Montilla Fino, very dry ..	12.00
"Club" ..	18.00
Selected Old ..	36.00
"Jubilee" ..	50.00
Au gallon..	de 1.50 @ 10.00
Sob. de Vda X. Harmony y Ca. (13)	La cse
Pedro Ximenez ..	\$12.00
Vin Sherry, gallon ..	0.90 à \$8.00

A. R. Valdespino & Co. (6)	
Au gallon ..	de 1.25 @ 6.50
A la caisse ..	de 5.00 @ 15.00
B. Vergara (9)	
Au gallon..	1.50 @ 4.50

TARRAGONES

Darichez M. (4) au gallon..	1.00 à 3.00
-----------------------------	-------------

VERMOUTH

Dolin Chamberizette (2)	La cse	8.00
Cte Chazalette & Co. (3)		7.00
E. Martinazzi & Co. (Italien) (1)		6.50
Martini & Rossi (14) (Italien)		7.50
Noilly, Prat & Co. (12)		7.00
Freund Ballor & Co. (Italien) (12)		6.75
P. Ricardo Forino (2)		6.50

VIN DE GINGEMBRE

Boivin, Wilson & Cie (3)	La cse
Quarts ..	4.50
Au gallon ..	1.29
Cold & Co. (1)	4.00

VIN DU RHIN

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Laubenheim..	7.00	8.00
Nierstein..	8.50	9.50
Rudesheim ..	15.50	16.50
Liebfraumilch ..	17.00	18.00
Hockheim..	18.00	19.00
Marcobrunn..	21.50	
Johannesberg..	25.00	
Steinwein [cruchons].	11.00	12.00
Sparkling Hock ..	17.50	19.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Laubenheim..	7.00	8.00
Bodenheim..	7.50	8.50
Nierstein..	8.50	9.50
Steinwein in Boxbeutels..	11.00	
Rudesheim..	15.00	16.00
Liebfraumilch..	15.00	16.00
Giesenheim..	16.00	17.00
Hocheim..	18.00	19.00
Johannisberg..	21.00	22.00
Claus Johannisberg—1893	30.00	
Sparkling Hock..	18.00	19.50
Frederick Krote (14)	qts.	pts.
Laubenheimer..	5.75	6.75
Niersteiner..	6.75	7.75
Rudesheimer..	10.00	11.00
Hockheimer..	10.00	11.00
Steinwein..	11.00	12.00
Liebfraumilch..	14.50	15.50
Johannisberger..	17.00	18.00
Royal Scharzberg..	20.00	21.00
Sparkling Hock, blanc ..	16.00	17.00
Sparkling Hock, rouge ..	18.00	19.00
Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Bodenheimer..	6.00	
Hohnheimer..	6.50	
Laubenheimer..	7.00	
Niersteiner..	8.00	
Oppenheimer ..	9.00	

Hochheimberg ..	9.50
Johannisberg. ..	15.00
F. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Laubenheimer ..	7.50	8.50
Niersteiner ..	9.00	10.00
Rudesheimer ..	12.50	13.50
Liebfraumilch—1893 ..	18.00	19.50
Johannisberger—1893 ..	25.00	26.00

VINS TONIQUES

Castro (5)	La cse
1 Seal port..	5.00
3 Seal port ..	6.00
Dubonnet (1)	La cse
Litres ..	11.00
Red Heart (15)	9.00
Vin Mariani (14)	10.00
Vin St-Michel (3)	8.50
Wilson's Invalid's Port (14)	8.00

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye (1)	La cse
Screw top, 16 flasks ..	6.00
Screw top, 24 flasks ..	6.25
Screw top, 48 flasks ..	7.25
Glass stop, 24 flasks ..	6.50
Glass stop, 48 flasks ..	7.50

Perfection Brand Rye (1)	
Glass stop, 32 flasks. Amber ..	6.50
Rock & Rye ..	12 qts. 7.90
Rock & Rye ..	24 flks 8.00
Parker's (9) High Wines 50 o. p. gal.	
En quarts.....	3.90
En 1-2 quarts.....	3.95
Quantités moindres.....	4.00

Jos. E. Seagram (16)	La cse
"Star" Rye ..	qts.
"Star" Rye ..	Flasks, 32s.
"Star" Rye ..	Flasks, 64s.
White Wheat ..	qts.
White Wheat ..	Flasks, 32s.
No. "83" Rye ..	qts.
No. "83" Rye ..	Flasks, 16s.

Unicorn (13)	La cse
Quarts ..	6.00
24 Flasks ..	6.50
48-½ Flasks ..	7.50

Hiram Walker & Sons (5) (8)	La cse
Canadian Club, 5 years old, qts.	10.00
Canadian Club ..	Flasks, 16s. 10.50
Canadian Club ..	½ Flasks, 32s. 11.00
Imperial ..	qts. 7.00
Imperial..	Flasks 16s. 7.50
Imperial..	½ Flasks 32s. 8.00

Canadian Club—5 years old ..	4.00
Imperial..	2.80
Rye. 25 U. P.	2.25
Malt. 25 U. P.	2.25

Wilson (14)	La cse
Empire Rye..	qts. 8.00
Empire Rye..	flasks.. 9.00
Empire Rye..	½ flasks.. 10.00
Liquid Sunshine..	7.00 9.00
Moonlight..	qts.. 6.00
Moonlight.	Flasks 16s.. 6.50
Moonlight.	Flasks 32s.. 7.00
Moonlight.	Flasks 36s.. 7.25
Moonlight.	Flasks 64s.. 8.00

J. P. Wiser & Sons, Ltd. (17)	
Recreation	La cse
12 Bout. Rondes..	qts. 5.00
12 Flks.	Imp. qts. 7.00
16 Flks.	Imp. pts. 5.50
32 Flks.	Imp. ½ qts. 6.00
36 Flks.	Travellers 6.00
Canada Whiskey	La cse
12 Bout. Rondes ..	qts. 7.00
20 Flks.	Imp. pts. 8.50
32 Flks.	Imp. ½ pts. 8.00
60 Flks.	Imp. ¾ pts. 8.00
Red Letter	La cse
12 Bout. Rondes ..	qts. 8.00
Whiskey Clair	La cse
12 Bout. Rondes ..	qts. 5.00

H. Corby Distillery Co. (11)	La cse
I. X. L.	qts. 8.07
Purity, Flasks, 32 ..	7.65
Corby's Canadian Rye,....	qts 5.40
Corby's Canadian Rye, Flasks	
32s ..	6.00
Corby's Whiskey Blanc ..	qts. 5.50

WHISKEY ECOSSAIS

James Ainslie & Co. (1)	1 cse 5 cses
O'Gilvie, quarts.	7.00 6.75
O'Gilvie, 24 flasks..	7.75 7.50
O'Gilvie, Imperial quarts. . .	9.50
Ainslie, Yellow label..	9.00
Ainslie, Ord. flasks.	10.25
Ainslie, Imperial quarts. . . .	13.50
Ainslie, White label ..	9.75
Ainslie, Special..	10.50
Ainslie, Extra Special.	12.50
Ainslie, Clynelish [Smoky].	13.00

John Begg (13)	La cse
Capsule rouge ..	9.50
Capsule blanche ..	10 50
Capsule bleue ..	12.50
Special Reserve ..	18.00

Big Ben (1)	1 se 5 cses
Quarts [10 years old] ..	11.00 10.75

Bulloch, Lade & Co. (4)	La cse
Loch Katrine..	qts.. 7.50
Loch Katrine ..	32 Flasks.. 9.50
Loch Katrine. Imp. Qt. Flasks..	11.00
Special White Label..	9.50
Extra Special Gold Label..	11.00

Burns, Leslie & Co. (14)	La cse
Glenel..	qts.. 6.00
Robt. Dale & Co. (2)	La cse
Quarts ..	12s 5.00
Flasks ..	24s 6.00
½ Flasks ..	48s 7.00

Peter Dawson (3)	La cse
Perfection..	9.75
Special..	10.50
Extra Special..	9.50
Liqueur..	12.25
Old Curio, 20 years old ..	15.00
Au gallon..	4.00 @ 7.00

John Dewar & Sons, Ltd. (15)	La cse
Dominion Blend..	qts. 8.75
"Special".	qts. 9.25
Blue Label..	qts.. 9.75
Special Liqueur [W. Label] qts..	12.50
Extra Special Liqueur..	qts.. 16.50
5 cses d'une sorte ou assorties, 25c la cse en moins.	

Alex. Ferguson & Co. (10)	La cse
Fine et vieille liqueur 20 ans d'âge	15.00
Club Liqueur ..	13.50
P. & O. Special Liqueur, 10 ans	10.00
K. T.	9.50

Greenless Bros. (14)	La cse
King Edward VII.. Ext. Sp. qts..	9.50
King Edward VII.. Sp. Liq. qts..	12.00

Haig & Haig (14)	La cse
★★★★ ..	9.50
★★★★ ..	15.00
Liqueur..	16.00
Bleu Blanc Rouge.	9.50

Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse
Hay's finest..	Sq. qts. 7.75
Hay's old ..	Rd qts. 6.75
Hay's old..	24 flasks 7.50
Hay's old ..	32 sq. flasks 7.50
Hay's old ..	Imp. qts. flasks 10.00

D. Hellbron (14)	La cse
Hillburn Blend..	qts.. 7.50
King's Liqueur..	qts.. 10.00

John Hopkins & Co. (5)	La cse
"Old Mull" Blend..	9.50
"Navy Liqueur" V.O.S..	12.00

Melrose, Drover & Co. (3)	Legal.
1 étoile.	4.00
2 étoiles..	4.25
3 étoiles..	4.50
4 étoiles..	4.75
5 étoiles ..	5.00



LA PRODUCTION MONDIALE DU TABAC

Voici comment le "Cigar and Tobacco World", de Londres, Angleterre, envisage la production mondiale du tabac et l'avenir inévitable du petit manufacturier :

"Il y a dix ans, la production mondiale du tabac brut s'élevait au total de 1,000,000,000 de livres. L'année dernière, elle n'a atteint que 662,000,000 livres, ce qui représente une diminution de près de 25 pour cent. Cependant la consommation du tabac pendant la même période a augmenté de 25 à 30 pour cent. Il s'ensuit donc que la quantité de tabac pour la consommation du monde est inférieure de 50 pour cent à ce qu'elle était il y a dix ans. Voilà des faits pénibles à constater et qui présagent un avenir terrible pour le petit manufacturier, si rien n'est fait pour le sauver".

EXCELLENTE RECOLTE EN PERSPECTIVE A CUBA

Il est incontestable que les fabricants de cigares à robe claire de la Havane paieront de très hauts prix, cette année, pour leur matière première; mais on doit éprouver quelque satisfaction d'apprendre que des signes se multiplient journellement, indiquant que, cette année, la récolte à Cuba sera une des plus belles, comme qualité, qu'on ait encore jamais vue, dit "Tobacco".

De même qu'il y a des années célèbres dans la viticulture en France, en Allemagne, en Espagne, en Italie et en Hongrie, pays dont les crus ont acquis une célébrité universelle et commandent de hauts prix, de même il y a parfois une année où la feuille de tabac de Cuba atteint une qualité et un arôme plus ordinaires. Ces années ne sont naturellement pas fréquentes; mais les avis reçus presque chaque jour de Cuba indiquent que l'année 1907 sera exceptionnelle dans les annales de Cuba.

Jusqu'à présent, le sol a reçu la proportion exacte d'humidité qui lui convient, la quantité convenable de rayons de soleil; en fait, il y a eu union parfaite des nombreux éléments qui influent sur la croissance de la plante, et cette union promet une récolte d'une qualité si belle

que les connaisseurs en parleront avec admiration probablement pendant un quart de siècle ou davantage.

Cette nouvelle sera accueillie avec joie par les amateurs de cigares fins du monde entier, car la récolte du tabac cubain, en 1906, a été, tout bien considéré, une des plus mauvaises que Cuba ait jamais produites. Il se passera naturellement quelques mois, avant que les cigares faits du tabac de la récolte 1907 arrivent jusqu'au consommateur et les commerçants devraient se montrer patients vis-à-vis du fumeur si, en attendant, celui-ci se plaint parfois de la qualité de ses cigares. Ils savent en effet que les cigares de la récolte 1906 seront bientôt épuisés; c'est une récolte qui est loin d'avoir donné satisfaction au manufacturier, au marchand et au fumeur.

UN AMATEUR DE CIGARETTES

Les journaux de l'Indiana racontent l'histoire d'un certain Julius Persky qui est mort après avoir fumé 50,000 cigarettes en trente jours, plus de 100 par jour. Il n'est pas douteux que ce fait sera invoqué en faveur des lois de cet état contre la cigarette. Cet argument semble, toutefois, être bien faible, dit "Tobacco". Nous avons entendu parler d'hommes tués par excès de beefsteak, de crème à la glace et d'autres choses excellentes, dont personne ne songe à prohiber l'usage par des lois. Le fait dont nous parlons est plutôt en faveur de la cigarette, puisqu'il montre qu'en dépit d'un abus si extraordinaire, cet homme a pu vivre pendant trente jours. Bien que cette histoire ait un côté tragique, elle pourrait être employée comme moyen de publicité par le manufacturier de la marque favorite du fumeur qui en est mort.

LES DENOMINATIONS DES CIGARES

Un cigare de couleur très foncée est désigné sous le nom de "Oscuro"; un cigare brun très foncé est qualifié "Colorado Maduro"; un brun foncé est appelé "Colorado"; un brun demi-foncé est un "Colorado Claro"; et un cigare d'une couleur brun pâle jaunâtre est dénommé "Claro". Les amateurs de cigares con-

naissent tous les nuances de "Claro" à "Colorado", et c'est uniquement ce que la plupart ont besoin de savoir.

Quant aux formes, le "Napoléon", le plus gros de tous les cigares, a une longueur de sept pouces; un "Perfecto" est renflé au milieu et s'amincit en une pointe très petite à l'extrémité où on l'allume; un "Pantella" est un cigare mince ayant partout la même grosseur, sans les courbes gracieuses du "Perfecto"; un "Conchas" est très court et très gros et un "Londrès" a une forme semblable à celle du "Perfecto", sauf que l'extrémité où on l'allume n'est pas amincie en une pointe très petite. Un cigare "Reina Victoria" est un "Londrès" mis en paquets de 50 cigares attachés par un ruban, au lieu que les "Londrès" sont disposés en quatre rangées de 12, 12, 13 et 12 respectivement.

SUCCEDANES DU TABAC

Les ennemis de la cigarette et du tabac devraient s'intéresser à l'action d'un Anglais qui a demandé un brevet pour "une méthode perfectionnée de consommation du café, de la même manière que le tabac, c'est-à-dire en le grillant et en le fumant sous forme de cigares et de cigarettes". C'est le dernier succédané trouvé, mais non le premier, qui ait été essayé et abandonné.

A une certaine époque, les cigarettes de thé étaient en faveur, dit-on, dans certains cercles de la haute société anglaise et c'était chose commune de voir de jeunes garçons faire des essais avec le thé, avant d'en arriver à la dignité du tabac.

Les cigarettes de chrysanthèmes ont eu une courte période de popularité en Angleterre, et on a vu des médecins recommander les feuilles de chrysanthèmes et l'écorce de cascarille, comme succédanés du tabac. Le pas-d'âne et les feuilles de laitue forment, dit-on, un pis-aller pour celui qui veut fumer. D'après Dioscorides et Plinius, les Grecs et les Romains de l'antiquité trouvaient quelque satisfaction à fumer les feuilles séchées du pas-d'âne au moyen d'un ajonc, tandis que la laitue était renommée du temps de Galien, il y a plus de deux mille ans; on avait coutume d'en fumer la nuit pour

combattre l'insomnie, comme beaucoup d'hommes aujourd'hui se livrent au plaisir de fumer une pipe au milieu de la nuit. Une prétendue amélioration apportée aux cigares et qui a été brevetée par une femme, consiste à les tremper dans un extrait d'aiguilles de pin, en vue apparemment de faire disparaître le goût et l'odeur du tabac.

LES EXPORTATIONS DE CIGARES DE LA HAVANE

Les chiffres suivants tirés du rapport officiel de la douane cubaine indiquent le nombre de cigares expédiés du port de la Havane à toutes les parties du monde pendant la première moitié de février ; ce nombre est en diminution de plus de deux millions et demi relativement à la quantité expédiée pendant la même période en 1906 :

	Cigares
Grande-Bretagne	3,142,702
Etats-Unis	2,928,365
Allemagne	667,650
Australie	514,342
Canada	416,550
République Argentine	243,000
Chili	195,200
Belgique	57,750
Vénézuéla	50,500
Afrique Britannique	35,500
Bolivie	21,200
Panama	21,000
Iles Canaries	20,800
Japon	20,000
Gibraltar	15,000
Antilles Anglaises	12,000
Portugal	12,900
Suisse	10,000
Uruguay	10,000
Guatemala	6,900
Honduras	2,900
Pérou	2,000
Nicaragua	1,200
Total	8,407,459
Du 1er au 31 jan. 1907	19,825,399
Total au 14 fév. 1907	28,323,858
Même total au 14 fév. 1906	30,825,632
Diminution en 1907	2,592,774

LA CONSOMMATION DU TABAC

Voici, d'après les dernières statistiques parues, les quantités de tabac consommées annuellement en Europe et en Amérique :

En Europe, la consommation annuelle est estimée à un peu plus de deux livres et quart par tête d'habitant. Si l'on considère chaque pays en particulier, la situation est la suivante : en Hollande, la consommation est en moyenne de 7 livres par personne ; en Autriche-Hongrie, de 3.8 livres ; en Danemark, de 3.7 livres ; en Suisse, de 3.3 livres ; en Belgique, de 3.2 livres ; en Allemagne, de 3 livres ; en Norvège, de 2.3 livres ; en France, de 2.1 livres ; en Suède, de presque 2 livres ; dans les Iles Britanniques, de 1.34 livre ; en Italie, de 1.25 livre ; en Espagne, de

1.7 livre et en Russie, de 1.2 livre. On n'a pas de chiffres concernant les Balkans. Aux Etats-Unis, la consommation par tête dépasse celle de tous les états cités, excepté la Hollande ; elle n'est pas moins de quatre livres et demie.

UN FUMEUR REMARQUABLE

Un nommé Elmer Whitney, de Concord, N. H., a célébré récemment le quatre-vingt-neuvième anniversaire de sa naissance et il est aussi vigoureux qu'à 45 ans. Il a fumé la pipe pendant soixante-et-un ans et c'est à cela qu'il attribue le bon état de sa santé.

"Le tabac est un antiseptique doux qui détruit un grand nombre des germes les moins importants", dit-il. "Je crois qu'il prévient la grippe, les rhumes et les affections du même genre, quand on ne fume pas à l'excès de manière à nuire à la constitution. Comme j'ai commencé à fumer à l'âge de 28 ans, j'ai passé à cette occupation 22,265 jours de ma vie. J'ai fumé en moyenne six pipes de tabac doux par jour, ce qui représente un total de 133,590 pipes. Je fume une pipe après déjeuner, deux après dîner et trois avant d'aller me coucher".

L'ECUME DE MER, L'AMBRE ET LA FABRICATION DES PIPES

Au point de vue chimique, l'écume de mer est une argile fine et blanche dénommée silicate hydraté de magnésium, c'est-à-dire un composé d'eau de silice et de magnésie, combinées ensemble en certaines proportions par quelque procédé naturel. Jusqu'ici, tous les essais faits pour reproduire l'écume de mer n'ont eu pour résultat que des imitations ayant peu de valeur, c'est-à-dire pour la fabrication des pipes. Elle ressemble un peu à la terre à porcelaine par ses composants et, comme cette substance, on la trouve dans la terre, non loin de la surface, dans diverses parties du continent européen. On a trouvé dans le pays de Galles une argile ressemblant un peu à l'écume de mer, mais elle n'a aucune valeur pour les pipes, parce qu'elle se fend très facilement. C'est une particularité de l'écume de mer qu'elle se fend rarement quand on s'en sert, à moins qu'elle n'ait un défaut ; une autre particularité est son extrême légèreté, c'est une des rares substances tirées de la terre qui flottent dans l'eau.

Essai de l'Ecume de Mer

Si quelque doute existe au sujet de la matière dont une pipe est faite, une épreuve sûre consiste à voir si elle flotte dans l'eau, en ayant bien soin de ne

pas la laisser trop longtemps dans l'eau et de l'essuyer jusqu'à ce qu'elle soit sèche ensuite et en soufflant dans le tuyau pour en chasser l'eau. L'ambre étant beaucoup plus lourd que l'écume de mer, il faut en tenir compte si la pipe mise à l'épreuve est munie d'un bout de cette substance.

Etat brut

Après avoir enlevé la terre qui est attachée aux blocs d'écume de mer, ceux-ci sont emballés dans des boîtes et mis en vente. Les fabricants de pipes achètent ces boîtes qui sont à des prix variables, suivant les dimensions des blocs et leurs qualités générales et ces fabricants courent, jusqu'à un certain point, un risque au point de vue du contenu des boîtes. Un essai superficiel fait avec un couteau indiquera si la matière est dure ou molle, mais les meilleurs experts ne peuvent pas, bien entendu, dire si un bloc particulier est parfait à l'intérieur. C'est à l'ouvrier exercé à découvrir les défauts quand il coupe les blocs qui doivent servir à faire des pipes.

Triage

Le but du coupeur est d'obtenir le plus grand nombre possible d'ébauches parfaites dans chaque bloc, après quoi il les examine de près avant de les passer au fabricant de pipes, en triant ces ébauches par grosseurs et par qualité. Les ébauches trop petites pour faire des pipes sont mises de côté pour des fume-cigare et des fume-cigarette. Une autre phase du triage consiste à distinguer les morceaux relativement mous, destinés à être sculptés, il n'est pas aussi important qu'ils se colorent également et régulièrement comme les pipes non sculptées.

Inspection

Pendant qu'il donne la première forme de pipe au morceau d'écume de mer, l'ouvrier doit découvrir les défauts et les imperfections qui n'apparaissent pas jusque-là ; par conséquent, la pipe peut être beaucoup plus petite qu'on ne s'y attendait et le morceau en question peut être découpé complètement pour en faire des tuyaux. Les morceaux imparfaits et petits sont beaucoup plus nombreux que les gros morceaux parfaits ; de là, le prix relativement élevé d'une pipe de bonne grosseur et de première qualité ; de là aussi le bas prix des petites pipes et des fume-cigare et fume-cigarette, étant donné surtout que ces derniers sont généralement faits par de jeunes garçons et que le coût de la main-d'œuvre est ainsi proportionnellement moindre.

Fabrication de la Pipe

L'ébauche façonnée partiellement au moyen d'un couteau va sur le tour pour y prendre une forme ressemblant un peu plus à celle d'une pipe; le fourneau est alors creusé et le trou du tuyau est fait. Les procédés subséquents sont les suivants: on fait bouillir ces ébauches de pipes dans du lait, puis dans du blanc de balcine et ensuite dans de la cire dont le sel naturel a été extrait au préalable (parfois ce procédé de la cire doit être renouvelé); on procède ensuite au polissage: le polisseur habile laisse une petite couche de cette cire à la surface de l'écume de mer et c'est cette cire qui retient la couleur que donne le tabac quand on fume la pipe. Si la cire brûle ou si on l'enlève autrement, la coloration disparaît. L'opération finale a lieu avant de fixer les bouts d'ambre, parce que la catégorie même de la pipe est ce qui décidera de la qualité de l'ambre à employer et ce n'est que sur la pipe finie et au moyen d'une loupe grossissante que les défauts imperceptibles peuvent être découverts.

Triage final

Vient maintenant le triage en pipes de première, de seconde et de troisième qualités. Les pipes de première catégorie doivent être absolument sans

aucune tache, de quelque espèce que ce soit, et ces pipes sont très peu nombreuses. Les pipes de seconde qualité ont de petits défauts, ou bien, si elles sont parfaitement blanches, elles peuvent n'être pas tout-à-fait symétriques quant à la forme, ou mal proportionnées, ce qui provient des portions défectueuses qui ont été retranchées de l'ébauche. Les pipes de troisième catégorie sont ce qui reste; les défauts de ces pipes ont été dissimulés adroitement avec une composition avant que la cire leur ait été appliquée, ce sont aussi des pipes en matière excessivement molle. Certains manufacturiers forment une qualité "A" entre la première et la seconde; ces pipes sont en apparence très unies, mais elles ne supportent pas une inspection minutieuse. Comme les pipes de la première catégorie, elles sont généralement munies de bouts en ambre véritable, tandis que la meilleure imitation d'ambre est considérée assez bonne pour la seconde catégorie et une espèce d'ambre à bon marché pour la troisième. Beaucoup de ce qui vient d'être dit ne s'applique qu'aux pipes unies; les défauts ne se remarquent pas autant dans les pipes sculptées, à moins que ces défauts ne soient très visibles et beaucoup ne peuvent consister seulement qu'en une fente très petite, une veine de substance plus dure

ou plus molle que le reste, ou un grain de sable.

Pipes sculptées

Nous ne prétendons pas dire qu'il n'y a pas de pipes sculptées parfaites; au contraire, les très beaux spécimens produits par les meilleurs artistes de Paris et de Vienne sont faits au moyen de blocs aussi parfaits que possible; ces morceaux qui sont mis de côté dans le premier triage pour les pipes sculptées sont moins durs que les autres et ces blocs moins durs sont moins sujets à avoir des défauts, mais immédiatement au-dessous de la qualité extra superfine qui est très dispendieuse, on est sujet à acheter une pipe dont les parties imparfaites ont été enlevées par la sculpture, laissant le reste dans une forme plus ou moins fantastique; cependant ces pipes ont la propriété qui est la plus recherchée des fumeurs, la propriété de coloration.

Adaptation des bouts d'ambre

Cette opération est généralement faite avant le dernier cirage et avant aussi que le morceau d'ambre ou d'imitation d'ambre soit finalement poli ou courbé, cas qui se présente presque toujours pour les pipes courbes. Le joint est formé par une vis en bois ou en os filetée seulement dans la partie

C'EST UNE COURSE

de nos jours, entre vous-même et vos compétiteurs. C'est à vous à faire les affaires. Votre département de cigares peut être rendu plus fort que ceux de vos voisins, si vous vendez les

Cigares Royal Sport et Hogen-Mogen

Ces marques se vendent à la perfection. Qu'en dites-vous? Serez-vous un GAGNANT? Nous vous aiderons— écrivez-nous.

The SHERBROOKE CIGAR Company
SHERBROOKE, Quebec.

qui entre dans le bout d'ambre; la partie insérée dans l'écume de mer est lisse et est mise en place plutôt avec du jeu, jusqu'à ce qu'elle soit fixée au moyen d'une colle forte formée de plâtre de Paris et de gomme. On procède ainsi, parce que le moindre forçement ferait craquer le tuyau de la pipe; les deux parties doivent s'adapter l'une à l'autre à la perfection après que le morceau d'ambre a reçu son dernier polissage et, s'il est nécessaire, après qu'il a été courbé.

Triage en grosseurs

Ceci se fait en mesurant d'après un type étalon universellement accepté, à partir de l'extrémité du bout d'ambre jusqu'à l'extrême circonférence du fourneau; les grandeurs sont numérotées 1, 2, 3, 4 et ainsi de suite, à l'intérieur du fourneau. C'est au moyen de ces numéros que les pipes sont vendues au marchand de gros et par lui, au marchand de détail. Les grandeurs qui se vendent le plus sont les numéros qui vont de 4 à 7; les pipes portant des numéros inférieurs sont généralement vendues d'après la grandeur et la qualité, tandis que les pipes plus grosses sont si rares que leurs prix en sont très élevés, particulièrement si elles sont de première qualité.

Fume-cigare et fume-cigarette

Ces objets varient beaucoup en qualité, en dimensions et en formes, à partir des petits fume-cigarette, sans étui jusqu'aux objets sculptés les meilleurs ou au fume-cigare et fume cigarette unis, d'une qualité extra-fine, renfermés dans des étuis en cuir de Russie, doublés entièrement d'une peluche double. Pour les pipes aussi bien que pour les fume-cigare et fume-cigarette, les étuis sont généralement en harmonie avec la qualité de leur contenu et leur prix.

Achat des articles en Ecume de Mer

Ces achats exigent beaucoup de discrétion et de jugement. Aujourd'hui, on vend très peu d'articles en écume de mer, par conséquent, le marchand doit se contenter d'un très petit stock de marchandises peu coûteuses; mais il doit en avoir un petit nombre à exposer dans sa vitrine, sans quoi le public ne saurait pas qu'il en a à vendre. S'il s'aperçoit que ces articles ne se vendent pas bien, il peut diminuer son stock petit à petit.

Avec une lumière artificielle quelconque, il est difficile de découvrir les imperfections de l'écume de mer; toutefois, il vaut mieux acheter à la lumière du gaz qu'à la lumière électrique. Si on souffle légèrement sur le

grain de l'écume de mer et sur toute la surface, les défauts apparaîtront distinctement. C'est ainsi qu'on découvre la crevasse la plus petite qui a été remplie, ou bien cette crevasse peut être une rayure ou une fente; une forte rayure dans l'écume de mer est fatale à la pipe, car elle s'étendra certainement et deviendra pire à mesure qu'on fumera; mais assurez-vous que ce n'est pas une simple fente à la surface de la cire qui disparaîtra probablement la première fois qu'on fumera ou même pendant qu'elle sera tenue en stock durant la saison chaude. Méfiez-vous des craquelures là où le tuyau et le bout d'ambre se joignent, surtout dans les fume-cigare et les fume-cigarette et dans les pipes dont le tuyau est mince. Ces craquelures sont généralement dues au manque de soin de l'ouvrier; rejetez ces articles sans hésitation, car la vis se gonflera et augmentera la fracture. Beaucoup de pièces ainsi endommagées sont expédiées avec des anneaux en argent qui cachent les fentes et les empêchent de s'étendre, mais les fentes n'en sont pas moins là et diminuent la valeur de l'article.

Le grain, etc.

Une pipe unie en écume de mer et de première qualité devrait avoir la couleur du lait qui vient d'être trait, avec un grain très fin, uni, et une surface d'un haut poli, sans aucune tache, quelle qu'elle soit. Si, en l'examinant soigneusement, on s'aperçoit qu'il n'y a absolument aucun grain, mais une surface impénétrable, soyez certain que la pipe sera trop dure et par conséquent difficile à culotter, par conséquent rejetez-la. Si, au contraire, le grain est large et a l'apparence du grain de savon, c'est une pipe qui se culottera rapidement mais inégalement, c'est-à-dire qu'on ne verra pas se développer cette ligne droite tout autour du fourneau qui devrait distinguer une pipe réellement bien culottée. D'un autre côté, comme il a été dit plus haut, l'écume de mer paraissant molle est la meilleure pour les articles sculptés de toute espèce et devrait se colorer convenablement sur toutes ses parties. Quand on achète des objets de seconde catégorie, on ne peut pas être si difficile; le marchand de gros lui-même ne permet pas en général au détaillant de choisir, mais il lui vend ses pipes à la douzaine ou peut-être par demi-douzaine en un seul lot. Néanmoins, examinez bien chaque article et rejetez le lot si vous y remarquez trop d'imperfections parce que, dans ce cas, ces pipes devraient être décrites comme de troisième catégorie et leurs prix devraient être fixés en concordance. A l'exception du travail artistique de

haute catégorie, les articles sculptés ont en général une nuance un peu plus foncée que les articles unis, parce que pour les figures on se sert d'une cire plus jaune. Ceci se remarque particulièrement dans les ouvrages en relief tels qu'une tête portant un chapeau de paille, dans lesquels cette dernière partie, comme aussi les yeux et peut-être la moustache sont légèrement resculptés pour enlever la surface de cire, ce qui a pour résultat que le relief ne changera de couleur que très légèrement, tandis que le reste de la pipe devient d'un brun riche et ceci produit un effet très joli. Naturellement, le travail en surplus rend la pipe plus dispendieuse.

Culottage d'une pipe

Avec une pipe unie, le but est d'obtenir un fourneau d'une couleur brune riche et le tuyau d'une couleur plus foncée; la coloration devrait avoir une bordure régulière vers le milieu de la hauteur du fourneau. La chaleur développée par le tabac qui brûle fait fondre la cire et la coloration ne demeurera pas là où la cire a abandonné l'écume de mer. Un morceau d'écume de mer bien uni devrait être ajusté avec soin dans le fourneau, légèrement au-dessus de l'endroit où on désire que la coloration soit limitée. Plus le fourneau est mince et plus bas la cire brûlera, quelquefois à un-quart de ponce au-dessous de la partie supérieure du morceau d'écume de mer placé dans le fourneau. Il est donc convenable de commencer à fumer avec un tampon placé assez haut, puis d'en mettre un autre un peu plus bas aussitôt qu'on a obtenu une ligne régulière sur le fourneau. Certains fumeurs font un tampon avec une certaine sorte de tabac et remplissent l'espace en dessous avec du tabac haché; bien que ceci facilite sans aucun doute la coloration de la pipe, il faut un estomac très fort pour supporter la fumée très forte de ce tabac, surtout quand ce goût s'ajoute à celui de la cire brûlante qui accompagne inévitablement les deux ou trois premières pipes que l'on fume. C'est un début très ennuyeux, il faut l'admettre, et une nouvelle pipe en écume de mer demande à être maniée avec beaucoup de soin; mais une fois qu'on l'a bien commencée, il n'existe pas de pipe plus douce à fumer au monde. En outre, l'observation de la coloration produite offre un plaisir intéressant.

Ne fumez pas une nouvelle pipe en écume de mer à la pluie: n'appliquez pas des doigts humides sur la pipe chaude; l'humidité fait des marques sur sa surface délicate; ne remplissez pas de tabac et ne rallumez pas une pipe encore chaude, laissez-la refroidir

un peu, sans quoi la ligne qui limite la coloration descendra plus bas qu'on ne le désire. Si la vis du bout d'ambre prend du jeu, ne placez pas un morceau de papier ou de coton autour pour la maintenir en place, cela aurait pour effet de faire fendre le tuyau; faites simplement un peu de ciment au moyen de plâtre de Paris et de gomme liquide, essuyez la vis jusqu'à ce qu'elle soit parfaitement sèche, enlevez le vieux ciment et remettez la vis en place avec du ciment frais; soufflez dans le tuyau pour être sûr qu'il n'est pas bouché et remplacez votre pipe, le fourneau en bas pendant quelques heures, jusqu'à ce que le ciment soit parfaitement sec.

Devoirs du marchand

Si la pipe d'écume de mer que vous avez vendue se eulotte bien, alors tout va bien et l'acheteur est satisfait; mais dans le cas contraire, bien qu'il y ait de la faute du fumeur, celui-ci blâmera le marchand qui lui a vendu la pipe. Par conséquent, prenez vos précautions; vous pouvez garantir la qualité si vous obtenez un prix proportionné, mais vous devez dire à l'acheteur que vous ne pouvez pas garantir le eulottage, parce que cela dépend beaucoup de l'acheteur lui-même. Cependant, pour permettre à la pipe de se bien eulotter, procédez de la manière suivante: Avec

un canif quelconque, grattez la cire à l'intérieur du fourneau (ayez soin de ne pas gratter l'extérieur) enlevez aussi la cire qui est souvent laissée au fond du fourneau; faites partir en soufflant les débris de cire et voyez à ce qu'il ne reste rien, en tournant le fourneau de telle sorte que la lumière en montre l'intérieur, puis en regardant à travers le trou du tuyau avec un seul oeil. Si le trou est bouché, il peut être nécessaire de placer dans le tuyau un fil métallique en ayant auparavant dévissé le bout d'ambre, si possible. Ajustez le tampon comme il a été décrit plus haut et examinez avec soin la pipe avant de la remettre à votre client.

Il est nécessaire d'examiner la pipe parce qu'il y a tant d'hommes si peu soigneux qu'ils peuvent la laisser tomber accidentellement et ainsi la rayer, la fendre ou l'ébrécher; certains hommes aussi sont assez peu scrupuleux pour, dans ce cas, rapporter la pipe au magasin et dire au marchand qu'ils avaient acheté la pipe telle qu'ils la rapportent. Cette règle qui consiste à examiner une pipe en écume de mer s'étend à toutes les marchandises de fantaisie. D'autre part, la vis du bout d'ambre joue souvent après qu'on a fumé quelques pipes, ce qui est causé parce qu'une certaine partie du ciment est partie quand la pipe était tenue en

stock et ce ciment s'amollit sous l'action de la salive et de la chaleur. Dans ce cas, vous devez réparer la pipe, comme il a été dit plus haut, sans demander aucune rémunération.

Plusieurs conditions empêchent la pipe en écume de mer de se eulotter convenablement. Si la pipe est restée longtemps en magasin, la cire se dessèche; si elle a été exposée en vitrine, la cire blanchit, peut-être plus d'un côté que de l'autre. Alors, en dépit de tous les soins, la coloration est pâle, irrégulière ou tachetée. Il n'est pas nécessaire d'en dire la raison au client, à moins qu'il n'ait acheté cette pipe ailleurs. En tous cas, le remède consiste à cirer de nouveau la pipe. Il est bien probable que le marchand n'a pas l'outillage et l'expérience nécessaires pour faire cette opération; le meilleur plan consiste à envoyer la pipe à un réparateur de profession et la pipe paraîtra comme si elle avait été peinte, avec la ligne de coloration si parfaitement unie qu'elle présente une apparence trop artificielle; mais après avoir fumé deux ou trois pipes, la correction parfaite de cette ligne disparaîtra.

Pipes sculptées

Les pipes sculptées ne demandent pas autant de soins que les pipes unies; il est évident qu'elles ne peuvent pas se

LES CIGARES

EMPORIUM A 10c.

— ET —

MONT PELEE A 5c.

Font leur chemin dans les meilleurs Hôtels et Restaurants. Les Tabacconistes soucieux de leurs intérêts les ont en stock.

Pourquoi ne tiendriez-vous pas les deux Meilleurs Cigares pour le Prix? . . .

The Emporium Cigar Co.,
ST-HYACINTHE, QUE.

TELEPHONE BELL MAIN 4381



FABRIQUE PAR

L. N. HADD, 115 Rue St-François-Xavier
MONTREAL.

eulotter de la même manière; quelquefois, le fourneau est si épais qu'il n'est pas nécessaire d'employer un tampon après que le eulottage est commencé. Elles commenceront probablement à suer près du sommet du fourneau; il est préférable alors d'enlever cette eire superflue avec un morceau de papier-tissu ou un mouchoir en tissu très doux. Les pipes dont le fourneau, en forme d'oeuf, est tenu par une griffe ou par une main, sont des exceptions à la règle et demandent beaucoup de soins parce qu'après tout, les fourneaux sont unis.

Fume-cigare et fume-cigarette

Ces articles se eulottent bien dans presque toutes les circonstances, mais il faut plus de temps que pour les pipes. Le seul soin à prendre est de ne pas fumer les cigares et les cigarettes jusqu'au bout afin de ne pas brûler l'écume de mer et de polir ces articles de temps à autre avec un drap doux.

Les imitations

Un fumeur ne peut pas être facilement trompé par une imitation ordinaire; parce que ces imitations sont en général mal faites. On peut offrir au fumeur novice de ces imitations apparemment colorées; mais le fait est que celui qui les vend est pressé d'argent et vend à un prix faible un article qui lui coûte trois fois ce qu'il en demande.

En règle générale, l'étui couvert en papier de ces pipes indique le peu de valeur qu'elles ont.

Bonnes imitations

Il y a dans cette ligne quelques articles de haute catégorie qui ont très bonne apparence quand ils sont neufs, mais ne se eulottent pas bien et, étant faits d'une composition comprimée ou modelée pour obtenir la forme exiécée, sont très sujets à se fendre quand on les fume. On a déjà fait remarquer que l'écume de mer réelle est très légère; les imitations sont beaucoup plus lourdes et quand on les examine de près, on n'y découvre aucun grain. Les petites pipes, les fume-cigare et fume-cigarette sont à trop bon marché pour qu'on les imite; ils n'en valent pas la peine.

Pour nettoyer une pipe

Tout alcool est bon pour cet usage; le chloroforme est ce qu'il y a de mieux, mais il est dispendieux; l'alcool de bois ordinaire convient aussi bien mais il demande plus de temps. Le procédé est le suivant: ajustez un bouchon ordinaire au fourneau et placez une allumette-bougie ou une cheville en bois dans le trou du morceau

d'ambre. Tenez la pipe de la main gauche et remplissez le fourneau d'alcool jusqu'aux trois-quarts environ; insérez le bouchon légèrement et voyez si l'alcool coule lentement dans la pipe; fermez ensuite l'extrémité du tuyau et fixez le bouchon fortement. Ayez soin de ne pas répandre d'alcool hors de la pipe; si de l'alcool se répandait, il laisserait une marque blanche à moins qu'on ne l'essuie immédiatement, par cette raison que l'action de l'alcool décompose la eire comme elle décompose les huiles à l'intérieur de la pipe malpropre. Une fois nettoyée, la pipe devrait être placée obliquement dans son étui ouvert, de sorte que le dessus du fourneau ne soit pas plus élevé que l'extrémité du bout d'ambre. Laissez la pipe ainsi pendant six ou huit heures; puis lavez-la à l'eau claire qu'on injecte au moyen d'une seringue; asséchez la pipe très soigneusement et ajustez un nouveau tampon au fourneau.

Les pipes dans les vitrines

Nous avons fait remarquer plus haut qu'il ne convient pas de placer dans les vitrines un plus grand nombre de ces articles qu'il n'est absolument nécessaire. L'effet de la lumière du jour est de blanchir la eire et si le soleil, malgré les stores, chauffe beaucoup l'intérieur de la vitrine, la eire se dessèche et la qualité de coloration est diminuée. Quand la vitrine est arrangée, les articles en écume de mer devraient être placés sur le côté opposé à celui sur lequel ils étaient auparavant. Pour produire de la variété, laissez dans une autre occasion les étuis ouverts et fixez les pipes dans une position inclinée; ceci donnera l'occasion de blanchir la eire afin qu'elle ait la même nuance sur toute la surface des pipes, ce qui est évidemment bien meilleur que d'avoir des pipes plus blanches d'un côté que de l'autre. Les pipes sculptées et les grandes pipes unies recouvertes paraissent mieux supportées par des montures ajustées au bord des rayons en verre; ces montures devraient être de bonne qualité, plaquées nickel et munies d'une doublure épaisse en euir à l'endroit où elles supportent les pipes. Comme l'écume de mer est marquée si facilement, la monture devrait toujours tenir l'ambre. Quelquefois, il arrive que le euir se détache; dans ce cas, enveloppez de papier-tissu la partie de l'article qui doit être tenue par la monture. Comme il est difficile d'écrire à l'intérieur d'une pipe, un morceau de papier portant le prix devrait être placé dans chaque fourneau, pour plus de commodité. Ne mettez pas en étalage des articles ayant un défaut quelconque; mettez-les de côté et réparez les aussitôt que possible.

L'ambre

L'ambre est une résine fossile jaune, à demi-transparente; cependant, on le classe souvent comme minéral avec le charbon. L'ambre et le charbon sont évidemment d'origine végétale et également anciens; l'ambre porte des preuves de l'état fluide ou plutôt visqueux dans lequel il était autrefois. En effet, de petits insectes tels que des mouches et de petits fragments de feuilles se trouvent parfois dans la masse pétrifiée. Les savants diffèrent d'opinion sur l'origine de cette substance. Quelques-uns pensent que c'était une substance animale ressemblant à la eire d'abeille et secrétée par une fourmi qui habitait les forêts antédiluviennes, mais cette théorie est combattue par le fait que non seulement l'ambre varie beaucoup dans ses différentes nuances, mais qu'une grande partie de cet ambre est tout-à-fait transparente, ce qui est en opposition avec l'apparence de la eire d'abeille. Il est beaucoup plus commode d'attribuer son origine à une gomme résineuse produite par les arbres conifères, il y a des siècles, et pétrifiée dans le cours du temps. Sous le rapport du poids, l'ambre est un peu plus lourd que l'eau.

On trouve la plus grande quantité d'ambre dans l'est de la Prusse, sur les côtes méridionales de la mer Baltique, près de Memel, Dantzig et Konitzberg. On en trouve souvent sur les récifs et quelquefois la mer en dépose sur le rivage après les tempêtes. Ceci indique probablement que l'ambre provient des forêts submergées par les convulsions de la terre aux époques préhistoriques. On a trouvé de l'ambre sur les côtes du Yorkshire et du pays de Galles. Mais bien qu'il paraisse semblable à l'espèce continentale, cet ambre est si friable qu'on ne peut pas le travailler et il ne sert, jusqu'à un certain degré, que pour les perles de colliers. On le trouve toujours en masse arrondie, indiquant l'action de la mer; elle est d'un brun jaunâtre, sale, et ses dimensions varient de la grosseur d'une petite noix à celle de la tête d'un homme, mais il est inutile de dire qu'on rencontre rarement ces gros morceaux, qui en conséquence ont une grande valeur.

Préparation et manufacture

Après avoir enlevé les particules de terre autant que possible, l'ouvrier fend avec soin le morceau d'ambre choisi, pour en former les grosseurs considérées comme les plus utiles; cette opération se fait sur un bloc de plomb fixé sur un tour; après quoi, une pierre à repasser prend la place du bloc de plomb et est employée pour donner une forme aux morceaux d'ambre brut qui sont ensuite polis successivement avec

de la craie et de l'eau; on les repolait avec de l'huile et on les finit par une friction vigoureuse avec de la flanelle. Les morceaux polis sont alors triés pour leur emploi final: quelques-uns servent à faire des ornements tels que colliers, bracelets, broches, boucles d'oreilles, etc., mais la plus grande partie est destinée à faire des bouts pour pipes, fume-cigare et fume-cigarette. Presque tout l'ambre est travaillé en Allemagne où les ouvriers ont une petite lampe ou un récipient muni de charbon de bois brûlant sous le tour; par ce moyen, ils amollissent l'ambre qui est ainsi plus facile à travailler et qui court moins de risques de se fendre durant le procédé. On courbe l'ambre après qu'il a été perforé et ajusté à la pipe. La méthode consiste à tenir l'ambre au-dessus d'une lampe très petite ou d'un jet de gaz, pour le rendre souple, l'ouvrier trempant fréquemment ses doigts dans l'huile et en enduisant l'ambre pour l'empêcher de brûler ou de se fendre par l'effet de la chaleur.

L'électricité de l'ambre

Presque tout le monde sait que, comme la cire à cacheter et la gomme dure, en général, une friction un peu vigoureuse sur la manche du vêtement développe assez d'électricité dans l'ambre pour attirer immédiatement des morceaux de papier et d'autres objets légers près desquels on le place. Mais beaucoup de personnes ne savent peut-être pas que les propriétés électriques de l'ambre se développent si fortement pendant le procédé de la manufacture qu'il est nécessaire de travailler plusieurs pièces à chaque opération, de sorte que dès qu'une pièce s'échauffe, on la met de côté et on la remplace par une autre. Quelques ouvriers très sensibles souffrent de tremblement nerveux causé par l'électricité développée par l'ambre.

Rareté des gros morceaux

Tandis que la demande pour l'ambre pour articles de fumeurs augmente chaque jour dans tout le monde civilisé, la production de la matière brute n'augmente pas et n'est toujours qu'intermittente. Non seulement les gros morceaux sont peu nombreux, mais beaucoup parmi ceux-ci sont inutilisables à cause de leurs imperfections: ils ont de petites fentes, des fissures, ils contiennent des fragments de feuilles, des insectes, de petites bulles d'air, etc.: ces morceaux défectueux peuvent être très intéressants comme curiosités, mais ils ne conviennent évidemment pas à la fabrication des bouts de pipes et de fume-cigare et fume-cigarette. Naturellement, il y a un certain nom-

bre de petits morceaux d'ambre dont on peut se servir pour les bouts de pipes de 1 pouce à 1 1-2 pouce et encore davantage pour les petits bouts de fume-cigarette; ces petits morceaux sont de la meilleure qualité. A part ces morceaux, les prix augmentent rapidement et quand on arrive à une longueur de plus de 2 1-2 pouces, le prix double pour chaque demi-pouce supplémentaire; l'objet d'ambre qui coûte le plus cher est le fume-cigare long et large. Il existe une qualité secondaire et à meilleur marché, mais les défauts sont très apparents dans l'ambre véritable et il n'y a apparemment aucune méthode de les dissimuler.

Rien n'est perdu dans l'ambre. Les morceaux grossiers et petits, la poussière d'ambre même, sont employés pour faire un vernis d'une belle qualité, comme le vernis à voitures. Le procédé consiste en une distillation durant laquelle l'acide succinique de l'ambre se développe. Une livre de déchets d'ambre produit environ une demi-once de cet acide et dix onces de résine torréfiée pour la fabrication du vernis.

LES LETTRES D'AFFAIRES ET LEUR STYLE

Je me rappelle fort bien la première lettre d'affaires que j'eus jamais écrite, dit un auteur dans "Selling Magazine." C'était le premier jour de mes débuts au bureau. Notre gérant se tournant vers moi me jeta une lettre et me dit laconiquement: "Répondez à cela." Puis il m'abandonna à mon sort. N'ayant fait aucun apprentissage des affaires, je connaissais autant la forme à employer dans ce genre de lettre que l'Hébreu et ce que je produisis était plutôt un sujet d'étonnement que d'admiration. Les éloges de notre produit y étaient outrés, la critique des marchandises rivales amère et chaque phrase, fleurie et coulante, était d'un style approuvé en belles-lettres.

Une bonne lettre décrivant un mauvais produit vaut mieux qu'une mauvaise lettre décrivant un bon produit. Si nos lettres d'affaires n'inspirent pas confiance, il est préférable de n'en pas écrire.

Je pourrais composer une lettre de telle façon que même en offrant deux dollars à tous ceux qui répondraient en incluant un timbre de poste de deux cents, je ne recevrais pas une seule réponse. Il est cependant possible d'inspirer une confiance telle que certaines gens vous enverront le dollar et n'attendent en retour qu'un timbre de deux cents.

Une bonne connaissance de la grammaire est naturellement essentielle. Toutefois elle n'est pas suffisante à elle seu-

le. Il faut un style distinctif. Le principal défaut de la moitié des lettres que je reçois est un manque de distinction. Ces lettres peuvent être froidement correctes, d'un style irréprochable; mais elles ne font aucune impression. Je les lis et oublie immédiatement ce qu'elles contiennent. Elles sont banales et contiennent les expressions banales bien connues qu'on devrait toujours éviter. Essayez de leur substituer quelque chose de moins commun. Vous objecterez qu'un homme d'affaires n'a guère le temps de choisir ses expressions. Le but d'une lettre d'affaires, direz-vous, est de donner des renseignements. Pourquoi alors choisir ses phrases? Je répondrai à cela que le but d'une lettre d'affaires n'est pas de donner des renseignements, mais de frapper l'esprit par les renseignements qu'elle contient. L'homme d'affaires qui n'a pas le temps de s'occuper de ces choses n'a pas le temps de remplir sa position.

Comparez deux lettres que vous recevez. L'une a un en-tête large, bien fait, ayant un air de prospérité. L'autre a un en-tête réduit, mal imprimé sur du papier médiocre. La première vous fournit les renseignements demandés, et quelques phrases bien choisies attirent l'attention, frappent la mémoire et vous donnent une idée de la personne qui écrit. Derrière la maison de commerce, vous voyez l'homme. La seconde lettre vous donne bien les renseignements désirés, mais vous laisse froid sans vous produire aucune impression.

Quand je parle de personnalité, ne croyez pas que je veuille dire affirmation de soi-même et effacement de la maison. Le moindre soupçon d'égoïsme est fatal et une mauvaise impression est pire qu'aucune impression. Rappelez-vous le dicton: "Le style c'est l'homme". L'effacement total de l'homme est dénoté par le manque total de style distinctif. Nous avons des machines à calculer; heureusement, nous n'avons pas encore de machine à rédiger les lettres qui réunirait des phrases pour en faire des lettres stéréotypées.

J'ai entendu une fois un homme d'affaires heureux définir une bonne lettre comme riche, rare et ayant un cachet particulier. Riche parce qu'elle renseignait; rare, parce que les mots qu'elle contenait étaient peu nombreux; ayant un cachet particulier, parce qu'elle était écrite en termes choisis et avait un certain air de personnalité. Si la brièveté est l'essence même de l'esprit, soyez bref, mais seulement à cette condition. Chaque chose a sa place et l'esprit n'a que faire dans une lettre d'affaires. Ne plaisantez pas à un enterrement et n'essayez pas de faire une vente avec une pointe d'esprit. Quand une lettre d'affaires manque de dignité, la maison de commerce perd son caractère sérieux.

En résumé, évitez l'affirmation de vous-même, ne décriez pas vos rivaux, évitez les phrases banales, les revendications extravagantes, les expressions excentriques.

Conservez votre personnalité, ayez confiance en vos marchandises, prétendez à tout ce à quoi vous avez droit, soyez différent des autres. Surtout, évitez d'employer dans vos lettres d'affaires la première personne du singulier.

LA TABATIERE

Il fut un temps, qui n'est pas très éloigné, où un gentleman se serait passé de son mouchoir de poche plutôt que de sa tabatière. A cette époque, la forme usuelle de salutation consistait à offrir une prise à un ami, et à en prendre une dans sa tabatière. Chacun éternuait et des liens de bonne camaraderie étaient cimentés de cette façon. Bien que la tabatière ne soit pas encore dans le domaine des antiquités, elle en prend bien le chemin. La preuve la meilleure et la plus positive de son ancienne popularité est donnée par les magnifiques tabatières rehaussées de pierres précieuses que l'on peut voir dans presque tous les musées et toutes les collections d'objets d'art. Quelques-uns de ces spécimens représentent le plus haut degré du travail artistique d'il y a un siècle et montrent que la coutume dédaignée maintenant était prépondérante dans la société riche la plus élégante. Aujourd'hui une tabatière est aussi rare qu'une pièce d'or.

On rencontre parfois une gentleman de la vieille école qui a conservé l'habitude de priser, mais il est évident que, dans quelques années, cette coutume aura complètement disparu.

UNE IMITATION DE L'ECUME DE MER

Beaucoup de personnes seront étonnées d'apprendre que la pomme-de-terre est employée, en France, dans la fabrication de pipes en imitation d'écume de mer et de billes de billard imitant le marbre. Le procédé est, dit-on, le suivant: les pommes de terre pelées sont conservées pendant trente-six heures dans une solution d'acide sulfurique à huit pour cent. On les fait sécher et on les comprime, de manière qu'elles soient assez dures pour être employées au façonnage de pipes. Sous une forte pression, elles deviennent assez compactes pour qu'on puisse en faire des billes de billard.

UNE FUMEUSE DE 103 ANS

A Brockton, petite ville de l'état du Massachusetts, peu éloignée de Boston, vit une vieille canadienne française qui,

âgée de 103 ans, fume sa pipe tous les jours. Elle naquit à Trois-Rivières en 1803. A seize ans elle se maria et se rendit avec son mari à Burlington, Vermont. Son mari est mort depuis cinquante ans et elle demeure à Brockton depuis vingt-cinq ans. Elle est bien connue dans ce district et jouit de l'estime générale. Six de ses vingt enfants vivent encore. Cette femme a la réputation d'être la personne la plus gaie de Brockton et elle est très spirituelle. Elle a quelque peu perdu de sa vigueur l'année dernière et doit maintenant garder le lit; mais son esprit est aussi lucide qu'autrefois. Comme un reporter lui rendait visite dernièrement à l'occasion de l'anniversaire de sa naissance, elle l'invita à revenir la voir à l'occasion de son prochain anniversaire. Elle lui dit qu'elle avait toujours fumé la pipe et que, lorsqu'elle était jeune et qu'elle sortait tous les jours pour aller travailler, elle préférait en rentrant, se passer de repas plutôt que de sa pipe. Même quand elle était fatiguée et qu'elle avait faim, elle avait beaucoup plus de plaisir à fumer sa pipe qu'à manger.

LA VERITE DANS LES ANNONCES

Vous me demandez quelle est la chose la plus importante que j'aie apprise en annonçant au cours de l'année dernière, dit un auteur dans un journal commercial.

La seule chose qui se présente à mon esprit comme offrant le plus d'intérêt dans ma campagne de publicité en 1906, ne peut pas être qualifiée de nouvelle; je ne peux pas dire non plus que c'est la première fois que j'y pense.

C'est quelque chose qui a produit sur mon esprit une impression distincte toujours plus intense, depuis que je m'occupe de publicité; mais l'année dernière, les exemples que j'ai pu observer m'ont tellement frappé que cette impression a été plus forte que jamais. Je ne veux parler d'autre chose que de la vérité, laquelle, quand on y adhère uniformément, est le seul facteur puissant qui puisse procurer le succès par la publicité.

Je ne puis réellement rien dire de nouveau à l'appui de ce que j'avance; tout a été dit et redit à ce sujet, pour et contre, beaucoup mieux que je ne pourrais le dire moi-même, et nous pouvons y ajouter ou en retrancher autant que nous le désirons, amplifier ou changer les termes à notre guise. Le fait n'en demeure pas moins hors d'atteinte de la controverse.

Je lisais récemment un plaidoyer habile en faveur de l'exagération dans les annonces, l'auteur prétendant que le lecteur en rabattait toujours plus ou moins de ce qu'il lisait dans une annonce.

Pour les maisons qui recherchent un tel traitement, cela est évidemment vrai, et ce n'est que justice.

Mais le public sait distinguer; il fait des distinctions suivant la réputation de la maison. S'il soupçonne une maison de commerce, c'est qu'il a d'abondantes raisons pour le faire.

Le simple fait que l'esprit public est ainsi orienté est par lui-même l'argument le plus fort en faveur de la vérité.

L'exagération ou, pour parler sans détours, le mensonge, est comme l'opium, plus vous en prenez, plus vous voulez en prendre et plus longtemps vous continuez à en prendre, plus vous ressentez la nécessité de vous livrer à cette pratique: la crise finale est toujours inévitable et peu éloignée.

Quant à moi je crois que la moyenne des personnes préférerait économiser réellement 25 cents que de supposer économiser un dollar imaginaire.

Je demandais un jour à une femme qui lisait une annonce de ventes d'occasions si elle croyait réellement tout ce que contenait cette annonce:

"Je crois tout, répondit-elle, jusqu'à ce que mon examen personnel m'ait prouvé le contraire. Je sais juger les valeurs et, aussitôt que je vois les marchandises, je sais si la valeur annoncée est réelle ou fictive."

L'idée que le public aime à être berné a fait son temps. La mystification a eu du succès à une certaine époque; mais peu à peu le public a ouvert les yeux et il demande aujourd'hui la valeur de son argent pour chaque dollar qu'il dépense.

Le marchand qui lui donne une valeur réelle au lieu d'une valeur imaginaire est celui qui fera des affaires.

Un cigare vaut ce que vaut le tabac employé dans sa fabrication. C'est en partant de ce principe que la Emporium Cigar Co., de St-Hyacinthe, n'admet pour ses cigares "Emporium" à 10c. et "Mont Pelée" à 5c. que des tabacs de choix. C'est pourquoi ses cigares se trouvent en stock chez tous les tabacconistes et dans tous les hôtels et restaurants où l'on tient à donner à la clientèle des fumeurs la satisfaction la plus complète. Si vous n'avez pas encore offert ces deux marques à vos clients, envoyez un ordre d'essai à la Emporium Cigar Co., cela vous paiera.

"Si j'avais su" est une phrase qu'on prononce dès que vient l'expérience. L'expérience vient tardivement chez les uns et tôt chez les autres. Plus tôt vous tiendrez en stock les cigares "Hogen-Mogen" à 5c. et "Royal-Sport" à 10c. et plus tôt aussi vous aurez l'expérience des bons profits. L'expérience de tous ceux qui les vendent est que tous les fumeurs semblent les aimer et que ceux qui les ont fumés une fois les redemandent par la suite. La Cigar Sherbrooke Co., de Sherbrooke, P. Q., est toujours prête à remplir un ordre d'essai.

Il y a plus de chances de perdre de l'argent par une mauvaise publicité ou une publicité mal combinée qu'à aucune époque antérieure: c'est là un fait non moins positif.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA			En drums, 1 lb....		1.00	Tabacs Ogden		La lb.
Cigarettes.			Virginity — drums, 1 lb....		1.25	Beeswing —		
Par mille			Unique —			Tins décorées, 1s		1.10
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00		Pqts, 1/15s, boîtes 5 lbs..		.65	½ lb. tins, 4 lb. cartoons.		1.15
Pet, 1/10..	12.00		Pqts, 1 lb, boîtes 5 lbs..		.61	¼ lb. tins, 4 lb. cartoons		1.18
Sweet Caporal, en boîtes de 10....	8.50		Pqts, 1/2 lb., boîtes 5 lbs..		.60	1-8 pcks. 1 lb. cartoons		1.13
Athlete, boîtes de 10 ou pqts 10s	8.50		Lord Stanley — tins, 1/2 lb..		1.05	1-16 pcks. 1 lb. cartoons.		1.25
Old Judge, en boîtes de 10s..	8.50		Hand Cut Virginia — tins, 1/4 lb..		1.00	Ogden's Navy Mixture —		
Majestic, 20s..	8.25		Duke's Mixture —			1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.		1.26
New Light, [tout tabac] 10s..	8.50		Pqts, 1/10 lb, cartoons 2 lb..		.82	Turret Navy Cut —		
Sub Rosa [tout tabac]	8.50		Perique Mixture —			¼ lb. tins, 5 lb. cartoons.		
Derby en pqts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55		En tins, 1 lb. et 1/2 lb....		1.15	Mild		1.36
Old Gold, 6/4 (600) 3.78; 1/10s..	6.30		Athlete Smoking Mixture —			Medium		1.22
Prince, 7, [700] 4.02; 10s..	5.75		1/2 and 1/4 lb. tins....		1.35	Full		1.22
Sweet Sixteen, pqts, 7s, 4.02; 10s.	5.75		Pure Perique —			1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
Murad, Turques, bouts en papier	12.00		1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.		1.75	Mild		1.40
Mogul, Turques, bouts en papier	12.00		St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins &			Medium		1.26
Mogul Magnums, bouts en papier.	16.00		1/10 sacs....		1.20	Full		1.26
Dardanelles [Turques] bouts en			P. X X X —			1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
papier 12.25, en liège ou argent.	12.50		1 lb. tins....		.95	Mild		1.50
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00		1/2 lb. tins....		1.00	Medium		1.32
Yildiz Magnums, Bouts en papier,			1/5 tins....		1.00	Full		1.32
en liège ou en or, 10s. et 100s.	20.00		Handy Cut Plug —			Tabacs américains à fumer		La ll
Virginia Brights, bte de 600, 3.50 .	5.83		1/5 pouches, 5 lbs boxes.		.90	Pride of Virginia —		
High Admiral, 10s....	7.00		1/2 lb. jars..		.90	1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons .		1.36
Gloria, 7s [700] 4.02; 10s..	5.75		Old Virginia —			Old English Curve Cut —		
Guinea Gold..	12.00		1 lb. tins....		.78	1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons.		1.20
Otto de Rose, 10s..	12.50		1/2 lb. tins....		.80	Bull Durham —		
Tabacs à cigarettes.	La lb.		1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes....		.72	1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb.		
B. C. No 1, pqts, 1/12, btes 5 lbs..	1.00		1 lb. & ½ lb. pcks, 5 lb. boxes..		.72	cartoons..		1.25
Puritan, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		Morning Dew Flake Cut —			Duke's Mixture —		
boîtes 5 lbs.	1.05		1-10 pcks, 5 lb. boxes..		.82	1-10 bags, 5 lbs. cartoons . . .		1.08
Derby, en tins, ¼s....	.95		1-6 tins....		1.00	Richmond Gem Curly Cut —		
Vanity Fair, pqts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.20		½ lb. tins....		.94	1-8 pcks., 5 lbs. cartoons		1.43
Sultana, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		1-5 bags....		.88	1-4 pcks., 2 lbs. cartoons . . .		1.60
“ ½ & 1 lb, pqts, btes 5 lbs.	.96		Blue Star —			Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —		
Gloria, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		1-12 pcks, 5 lb. boxes.83	1 lb. pcks., 5 lb. drums		1.22
Southern Straight Cut, paquets,			Favorite — ½ lb. tins....		.69	Tabacs américains à chiquer plugs		
1/12s, btes 5 lbs....	.85		Champaign Cut Plug —			Battle Ax — 12 lbs caddies . .		.86
Old Judge, pqts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.45		1-10 pcks, 5 lb. boxes....		.80	Piper Heidsieck—10 lbs caddies		1.20
Sweet Caporal, pqts 1/13s, btes 2			1-5 tins....		1.00	Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.		1.15
lbs....	1.15		½ lb. tins....		.96	Horseshoe — 12 lbs. caddies . .		.87
Houde's Straight Cut No 1, pqts,			Khaki —			THE EMPIRE TOBACCO COMPANY		
1/12s, boîtes 5 lbs....	1.00		1-5 tins....		1.00	Tabacs à chiquer.		
Dufferin, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		½ lb. tins....		.96	Bobs, 5s., Cads 21 lbs., 1-2 Cads,		
Le Caporal, pqts, 1/12s, btes 5 lbs	1.00		1-10 pcks, 5 lb. boxes....		.80	12 lbs.		38
Harem [Turque], pqts, 1/16s, btes			Red Star —			Bobs, 10s., Butts, 24 lbs, 1-2 Butts,		
5 lbs....	1.35		1-12 pcks, 5 lb. boxes....		.83	12 lbs.		38
Kiosk [Turque], paquets, 1/16..	1.92		Sweet Bouquet —			Bobs Bars, 5 3-5 cuts to the lb.,		
Tabacs coupés à fumer.			¼ lb. tins....		1.36	1-2 Butts, 10 lbs.		38
Old Chum —	La lb.		½ lb. tins....		1.25	Currency Bars, 9s., 10 cuts to the		
En tins, 1/6s....	1.00		Maryland —			lb., Butts, 25 lbs., 1-2 Butts,		
En tins, ½ lb....	.85		1-12 pcks, 5 lb. boxes....		.78	12 1-2 lbs.		38
En tins, 1 lb....	.85		¼ lb. tins....		.78	Currency Navy, 2 x 4, 5 1-2s. to lb.,		
Pqts, 1/10s, btes 5 lbs....	.85		Gold Star —			1-2 Butts, 11 1-2 lbs.		38
En sacs, 1/5s., btes 5 lbs.88		1-10 pcks, 5 lb. boxes....		.80	Currency Navy, 10s., 1-2 Cads, 12		
Puritan Cut Plug —			M. P. [Perique Mixture].			lbs.		38
Pqts, 1/11s, boîtes 5 lbs..	.85		1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes..		.88	Stag Bars, 5s., Butts, 16 lbs. . .		38
En tins, ½ et ¼ lbs.85		Houde's Celebrated Mixture —			Old Fox, 12s, butts 24 lbs, ½ butts		
En tins, 1/5s....	.93		1-8 tins....		1.35	12 lbs.		48
En tins, 1 lb..	.83		Gold Crest Mixture —			Pay Roll, 10½ oz. bars, 5 cuts to		
Full Dress —			¼ & ½ lb. tins....		1.35	the bar, 7½ cuts to lb, butts 20		
En tins, 1/5 et 1/2 lbs..	.95		Gold Dust —			lbs.		56
Meerscham —			1-10 bags, 5 lb. boxes....		.88	Pay Roll, 2 x 3, 7 to lb, 22 lbs.		
Pqts, 1/10s, btes 5 lbs..	.82		1-12 bags, 5 lb. boxes....		.90	cads & 12 lbs ½ cads.		56
En tins, 1/2 lb....	.84		A. T. C. Mixture à fumer —			Pay Roll, 6½ oz. bars, [thin]. 7½		
En sacs 1/5 btes 5 lbs92		En tins, 1/4 lb.		1.40	spaces to the lb. boxes, 5 lbs..		56
Ritchie's Smoking Mixture.			En tins, 1-8 lb.		1.45	Moose, 14½ oz. Bars, 5 cuts to bar,		
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80		Social Mixture			5½ cuts to lb., ½ butts, 8 lbs.		40
En tins, 1/4 lb..	.95		Pqts 1-10 btes 5 lbs75	Tabacs à fumer.		
Ritchie's Cut Plug —			En tins, 1-2 lb.75	Empire, 5s., 10s.		36
Pqts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs..	.71		Seal of North Carolina—			Rosebud Bars, 6s., Butts, 20 lbs.,		
Cut Cavendish —			En tins de ½ et ¾ lbs....		1.05	Boxes, 5 lbs.		45
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80		En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs....		1.05	Amber, 8s, and 3s....		60
Durham —			1/12, 1/8 & 1/4s, pqts, btes 5 lbs		.95	Ivy, 1 1-2 x 4, 7s. 17 lbs. butts..		50
En sacs, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		Old Gold —			Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 8 1-2 lbs. 1-2		
En sacs, 1/6s, btes 5 lbs..	1.00		1/12s et 1/8s, pqts, btes 5 lbs..		.95	Butts		60
			En tins, ½s....		1.05	Hudson, 8s cads, 20 lbs.		63
			Pqts, ¼s, btes 6 lbs.95	Pacific, 8s cads, 20 lbs.		53
			En jares, ½ lb....		1.06	Starlight, 1½ x 4, 7s, 8½ lbs., ½ butts		50

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares	Le mille
Three Little Champions for 5c. 1/5....	12.50
Côté's Fine Cherokees. . . 1/10....	15.00
Quebec Queen. 1/20....	15.00
V. H. C. 1/20....	25.00
My Best. 1/20....	25.00
Doctor Faust. 1/20....	28.00
Doctor Faust 1/40....	30.00
St-Louis [union]. 1/20....	33.00
Martin [union]. 1/20....	35.00
Havana Seconds 1/20....	35.00
Champlain 1/20....	35.00
V. C. [Union]. 1/20....	36.00
Martha [union]. 1/20....	55.00
El Sergeant Premium . . 1/40....	55.00
El Sergeant R. V. C. . . 1/10....	\$60.00
J.C. Cl. Havane, Puritanos 1/20....	75.00
Tabacs Canadiens en feuilles	
Balles de 25 et 50 lbs.	
Connecticut B. 25 et 50 1905	0.14 0.15
Grand Havane B 25 et 50 1905	0.14 0.15
Parfum d'Italie A. . . . 1905	0.30 0.32

Petit Canadien 1904	0.25 0.27
Petite Plug 1-6 1905	0.10 0.12
Quesnel A. 25 1905	0.35 0.37
Quesnel A. M. 1905	0.35 0.33
Rôle No 40, 1-4 1905	0.32 0.34
Rouge A. 1905	0.20 0.22
Rouge G. 1900	0.18 0.20
Rouge Quesnel A. 1904	0.25 0.27
Spanish 1904	0.16 0.18
Spread Leaf, Rouge . . 1905	0.15 0.16
S. Nouveau 1905	0.15 0.17
Petit Havane	0.20 0.22
S. Vieux 1904-1905	0.18 0.20

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs. 48	
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs. 48	
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs. 65	
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs. 63	
Quesnel, 1/2, quantité à volonté. . . 60	
Côté's choice mixture, 1/4 tin. . . . 75	
Côté's choice mixture, 1/2 tin. . . . 70	
Côté's choice mixture, 1 lb. 65	
Tabac en poudre: Rose, 32 cts.;	
Rose et Fève, 36 cts; Fève, 34 cts;	

Rose Extra, 38 cts.; Râpé, \$1.25; Macca-
ba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 34 cts.

THE EMPORIUM CIGAR CO., SAINT-
HYACINTHE

Cigares	Le mille
Club House. 1/20....	\$22.00
Le Petit Gars. 1/20....	24.00
Little Perfectos. 1/20....	26.00
El Maska. 1/20....	28.00
Red Bluff 1/20....	25.00
La Captiva 1/20....	30.00
The Good Ones. 1/20....	33.00
Our Leader. 1/20....	35.00
Peruna 1/20....	35.00
Mont-Pelée. 1/20....	37.00
Sir George. 1/20....	55.00
Representative 1/20....	52.00
Emporium. 1/20....	55.00
Emporium 1/40....	60.00
Our Clear Havana 1/20....	55.00
La Pedida 1/20....	60.00
El Corso. 1/20....	70.00
La Pedida 1/10....	90.00
Los Angeles 1/40....	100.00

LES TROIS QUALITES DU JOURNAL
COMMERCIAL

Tout homme d'affaire lit. Mais en gé-
néral il ne lit pas simplement pour lire.
Ce qu'il lit doit ou l'intéresser, ou le ren-
seigner ou lui donner des idées. Il est
le mieux servi, quand ce qu'il lit réunit
ces trois qualités. Là est la grande force
de la presse technique.

L'intérêt d'un homme d'affaires entre-
prenant doit se concentrer, en premier
lieu, sur son travail journalier. D'autres
questions—vie mondaine et amusements,
politique et religion, art et littérature,
etc.—ont quelque droit à son attention;
mais le temps qu'il consacre à un quel-
conque de ces sujets n'est qu'une frac-
tion de celui qu'il emploie à gagner sa
vie ou à établir ses affaires, dit Harold
S. Buttenheim, dans "Profitable Adver-
tising."

Si l'homme d'affaires est tant soit peu
progressif, il doit de toute nécessité dé-
siner recueillir des informations qui
l'aideront dans son travail quotidien. Il
désirera se tenir constamment au cou-
rant des procédés et derniers progrès de
son industrie particulière. Il sait que
d'autres hommes ont à faire face à des
problèmes semblables à ceux qui se pré-
sentent à lui et il est important qu'il
sache comment ces problèmes ont été
résolus. En s'instruisant ainsi par l'ex-
périence pratique des autres, il peut ac-
complir beaucoup plus que par ses seuls
efforts.

Les idées que l'homme d'affaires peut
recueillir par la lecture régulière d'un
journal technique de haute catégorie,
idées qui lui permettront d'accomplir de
plus grandes choses, forment une des
grandes forces du monde des affaires au-
jourd'hui. Aucun ingénieur ambitieux,
par exemple, ne peut lire les grandes

60 YEARS'
EXPERIENCE

PATENTS

TRADE MARKS
DESIGNS
COPYRIGHTS & C.

Anyone sending a sketch and description may
quickly ascertain our opinion free whether an
invention is probably patentable. Communica-
tions strictly confidential. **HANDBOOK** on Patents
sent free. Oldest agency for securing patents.
Patents taken through Munn & Co. receive
special notice, without charge, in the

Scientific American.

A handsomely illustrated weekly. Largest cir-
culation of any scientific journal. Terms, \$3 a
year; four months, \$1. Sold by all newsdealers.

MUNN & Co. 361 Broadway, New York
Branch Office, 625 F St., Washington, D. C.

choses accomplies dans sa profession,
sans être excité à produire un travail
meilleur ou à faire des ouvrages plus im-
portants qu'auparavant. Le développe-
ment du mécanicien ou du jeune gradué
de collège d'aujourd'hui en un chef d'in-
dustrie de la prochaine décade, est indu-
bitablement aidé, sinon réellement ins-
piré, par la presse technique.

Intéresser, renseigner et inspirer :
voilà trois conditions idéales du journal
technique.

Jusqu'à quel point ces conditions
idéales sont remplies, c'est ce qui dé-
termine la valeur réelle du service rendu
et aux lecteurs et aux annonceurs. Les
éditeurs se rendent compte de ces faits
et les principaux journaux techniques
remplissent aujourd'hui leur véritable
mission dans le monde, comme ils ne
l'ont jamais fait auparavant. La presse
commerciale, en réalité, se montre com-
me un des plus puissants facteurs du dé-
veloppement industriel de l'Amérique.

LES MARCHANDISES QUI RESTENT
EN MAGASIN

Il arrive souvent qu'un marchand achè-
te un lot de marchandises, simplement
parce qu'elles lui semblent bonnes ou
parce que le vendeur est un de ses amis
et qu'il veut l'aider. C'est la plus pauvre
des excuses.

Si ces marchandises ne sont pas en de-
mande, elles peuvent rester pour compte
et l'ami en question perdra dans votre
estime.

Sachez ce que vous allez faire de cha-
que ligne de marchandises que vous
achetez, sinon n'en achetez pas. Méditez
un petit plan de campagne pour chaque
marque de marchandises que vous com-
mandez et voyez combien la vente au
détail est ainsi rendue plus facile.

Vous avez, sur vos rayons, des articles
qui ne se vendent pas aussi rapidement
qu'il le faudrait. Ces articles n'ont ab-
solument rien de défectueux et vous ne
comprenez pas pourquoi ils restent en
magasin. Vos clients en comprennent
peut-être la raison. Etudiez la question
attentivement. Vous trouverez probable-
ment, pour remplacer ces articles, une
marque qui vous procurera des ventes
rapides, des bénéfices raisonnables et
qui améliorera votre stock. Donnez-vous
alors du mouvement et débarrassez-vous
des marchandises qui se vendent mal à
un prix qui fera le plus grand bien à la
réputation de votre magasin.

Si vous avez une clientèle de haute
qualité qui pourrait s'offusquer d'une
baisse de prix, débarrassez-vous de ces
marchandises, comme lot d'occasion, en
faveur d'un marchand d'une autre ville,
si possible, marchand ayant une clientèle
qui achète à bon marché—mais d'une ma-
nière ou d'une autre, débarrassez-vous de
ces marchandises qui restent en magasin.

Les Marchands de toutes les parties de la
Puissance sont tous bienvenus chez

JOS. COTÉ

*Importateur et Marchand
de Tabac en Gros* ~ ~ ~

SPECIALITES

*Le Tabac en Feuilles,
Biscuits et Sucreries.*

Prix Modérés. Service Prompt.

Bureau et Salle d'Echantillons : = = 188 Rue St-Paul

Entrepot : = = = = 119 Rue St-André

PHONE 1272.

Succursale : - 170 Rue St-Joseph. Phone 2007.

QUEBEC.



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumé.

"LANCET."

MONTREAL

VOL. VI



MAI 1907

No 5

LIQUEURS ET TABACS

LIQUORS & TOBACCOS

Essayez le Nouveau Cigare

**FORTIER'S
CLEAR
HAVANA**

Fait des Meilleurs Tabacs de la Havane par des Cubains.

MANUFACTURE PAR

J. M. FORTIER, Limitée, MONTREAL.

MAISON
FONDÉE en 1827

LA MARQUE
La plus ANCIENNE



BUREAUX à MONTREAL : - - 41, rue des Communes

BUREAUX à WINNIPEG : - - Bâtisse Union Bank

HENRY O. WOOTTEN, - - Gérant-Général au Canada

LIQUEURS

LIQUEURS ET TABACS—Revue Mensuelle publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2547, Boite de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance. France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur **un avis par écrit**, adressé au **bureau même** du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit: **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.

Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, MAI 1907

No 5

ASSEMBLEE GENERALE MENSUELLE

DE

L'Association des
COMMERÇANTS LICENCIÉS

de Vins et de Liqueurs

De la Cité de Montréal,

MERCREDI
1er MAI 1907

A 3 hrs p.m. très précises.

— AU —

Monument National

GENERAL MONTHLY MEETING

— OF THE —

LICENSED VICTUALLERS'
ASSOCIATION

OF MONTREAL,

WEDNESDAY
1st of MAY, 1907

At 3 p. m. sharp.

— IN THE —

Monument National

Association des Com-
merçants Licenciés
de Vins et de Li-
queurs de la Cité
de Montréal : : :

Incorporée en Juin 1884.

VICTOR LEMAY
Président.
L. A. LAPOINTE
Secrétaire.

DIRECTEURS :
H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARITEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES.
LAWRENCE A. WILSON
L. ETHIER, A. BLONDIN.

Prés. Hon.



JAS. MCCARREY
Vice-Prés.
VICTOR BOUGIE
Trésorier.

AVISEURS :
Maire H. A. ETERS,
M. MARTIN M. P.
Ech. C. ROBILLARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE, *Ex-Maire*
J. M. WILSON,
J. M. FORTIER,

Licensed Victuallers'
Association of
Montreal: : : :

Incorporated June, 1884.

Aviser Légal: M. J. L. PERRON,
Auditeurs: F. A. CHAGNON et DAN. DAIGNEAULT.

TELEPHONES: { Bell Main 4187,
Des Marchands 621

Bureau: 66 Rue St Jacques.

Assemblée Générale

MONTREAL, le 29 AVRIL 1907.

MONSIEUR,—L'Assemblée Générale Mensuelle des Membres de l'Association aura lieu mercredi, le 1er Mai 1907, à trois heures p. m., très précises au Monument National, No 296, Boulevard St-Laurent, Chambre No 6.

Vous êtes respectueusement prié d'y assister.

Par ordre, LE SECRÉTAIRE.

AUX MEMBRES

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que, jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association pour l'année 1907, à savoir :

BRASSEURS — BREWERS

MM. Dawes & Co.
" Wm. Dow & Co.

Agents de Brasseries—Brewery Agents.

MM. P. L. N. Beaudry, (Labatt's).
" F. Paquette.
" Geo. Sorgius.

Mfrs d'Eaux Gazeuses — Aerated Water Mfrs.

MM. C. Robillard & Cie.
" T. E. Truesdell (Chs. Gurd & Co.)

VIÑS ET LIQUEURS—WINES & LIQUORS

MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited.
" F. X. St. Charles & Cie.
" Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd.
" F. Arpin & Cie, Marieville
" Meagher Bros. & Co.
" D. Masson & Cie.
" J. M. Douglas & Co, (a'ts, John Dewar & Sons, Ltd.)
" Boivin, Wilson & Cie.
" Hudon, Hébert & Cie, Ltée.
" Laporte, Martin & Cie, Ltée.
" L. Chaput, Fils & Cie.
" Wm. Farrell, Ltd.
" N. Quintal & Fils.
" Gillespies & Co., (Agt., E. W. Parker.)
" H. O. Wootten, Mgr (J. Robertson & Son, Ltd.)

DISTILLATEUR — DISTILLER

M. H. Corby, Belleville, Ont.

EMBOUTEILLEUR—BOTTLER

M. John Bishop.

Extraits de Bœuf, etc.—Beef Extracts, etc,

MM. Bovril Limited—Fluid Beef.
" Colonial Fluid Beef.

General Meeting

MONTREAL, APRIL 29th, 1907.

SIR.— The General Monthly Meeting of the Association will be held on Wednesday the 1st of May, 1907, at 3 p. m. sharp, in the Monument National, No. 296 St. Lawrence Boulevard, Room No. 6.

You are respectfully requested to attend.

By order, THE SECRETARY.

TO MEMBERS

Sirs,—I have the honor to inform you that up to date the following Business Firms and affiliated members are in good standing with the Association. for the year 1907, viz :

COMPTABLES-ACCOUNTANTS

MM. Alex. Desmarteau.
" F. X. Bilodeau.

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

MM. Médéric Martin.
" W. R. Webster & Co. (Sherbrooke).
" L. O. Grothé & Cie.
" S. Davis & Sons.
" P. Chaput, (La Champagne).
" V. Forest.

DIVERS — MISCELLANEOUS

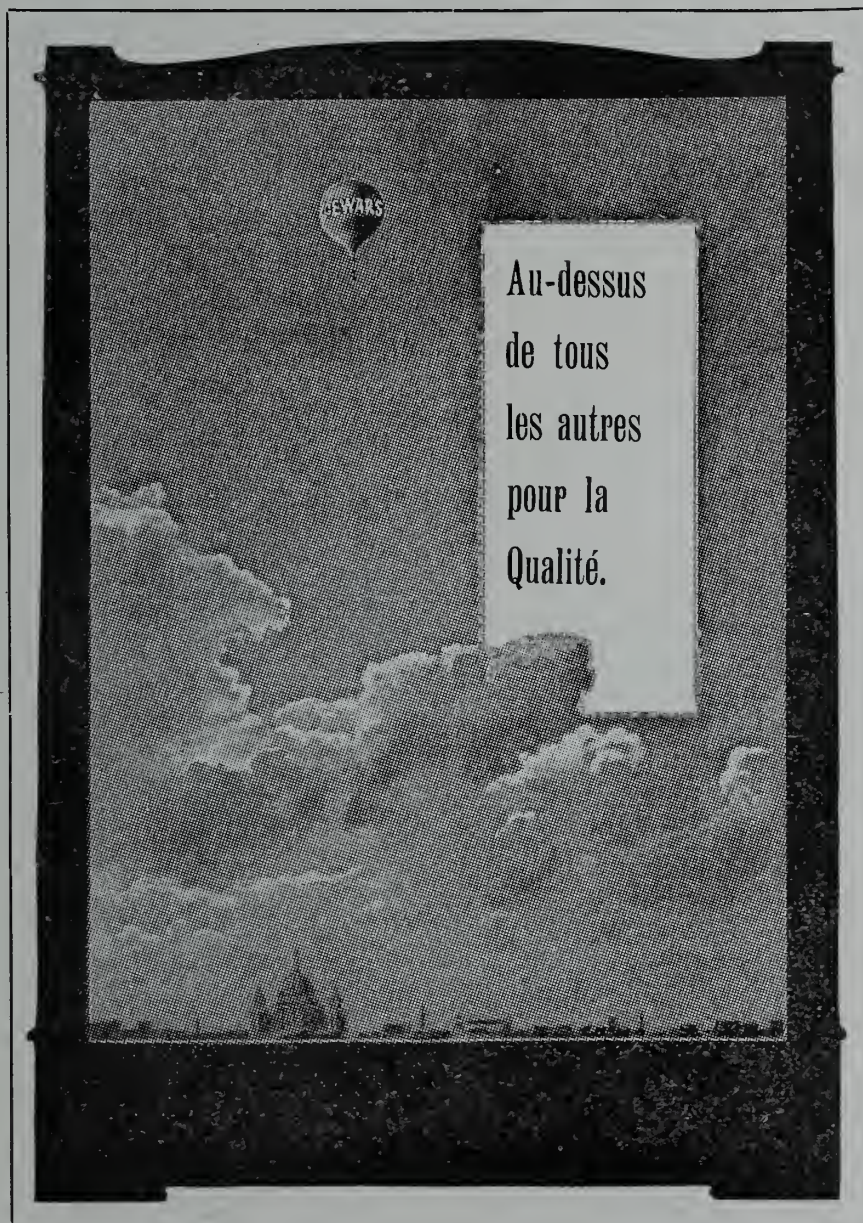
MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
" Edouard Biron, Notaire Public.
" Otto Zepf. Mch. de Bonchons.
" Cousineau, Raymond & Hall, Agts. d'Imm.
" A. P. Pigeon, Imprimeur.
" Alfred Richard, Maître Boucher.
" Thos. Burdett, Pompes à Bière, etc.

MARCHANDS — MERCHANTS

MM. Siméon Beaudin, Valleyfield.
" H. H. Guay, Victoriaville.
" J. O. Girard, Fraserville.
" L. Bécigneul, Lac Mégantic,

DEWAR'S

Le Whisky de Haute Réputation.



DEWAR'S

Le Whisky de Haute Réputation.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction d'exiger le paiement des contributions de 1907 et des arrérages dûs à l'Association. En conséquence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés d'en faire parvenir le montant au Secrétaire aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,

Votre obéissant serviteur,

L. A. LAPOINTE,
Secrétaire.

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

FEES ARE NOW DUE

I have received instruction from the Board of directors to collect the fees of 1907 and arrears due to the Association. Consequently those who have not yet paid are requested to send in the amount to the Secretary, as soon as possible.

I have the honor to be, Sir,

Yours truly,

L. A. LAPOINTE,
Secretary.

ASSEMBLEE GENERALE MENSUELLE
DE L'ASSOCIATION DES COMMER-
CANTS LICENCIES DE VINS
ET LIQUEURS DE LA
CITE DE MONTREAL

Une assemblée générale mensuelle des membres de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal a eu lieu, au Monument National, sous la présidence de M. Victor Lemay, président, le 3 avril 1907.

Etaient présents: MM. Jas. McCarrey, V. Bougie, Jos. Bariteau, Naz. Gauthier, Nap. Tremblay, Eug. Masse, W. Courville, Louis J. Primeau, C. Gauthier, A. Crépeau, F. A. Chagnon, E. Pelletier, A. Lapalme, Albert Rochon, H. Villeneuve, J. N. Fraïd, A. Abrahamson, Jos. Girard, P. Bergevin, Louis St-Germain, D. Lachapelle, P. Cazalais, P. P. Raby, A. Boileau, H. Thibault, Jos. Roch, H. Robinson, F. X. Brazeau, J. Damphouse, Maurice Durraeq, F. Paquette, Geo. Sorgius, C. J. Odell, Ovi-la Leroux, Nap. Rochon, M. Bousquet, Adélard Baillargeon, O. Oceau, W. Roy, W. Hall, D. Davies, L. N. Picotte, George Barsalou, N. Leclair, J. Schneider, Jos. Thonin, Nap. Pouliot, Albert Labbé, E. Ménard, F. Simard, B. Dupuis, A. St-Laurent, F. X. Paquette, H. Lacasse, O. Séguin, A. Labelle, E. Trudeau, Z. S. Aubut, O. A. Rozon, D. Daigneault, St-Jean & Côté, J. Culens, John Mulcahy, P. Scullion, A. Guibault, Jos. Neveu, J. Leduc, Michel Paenaude, A. Robert, Jos. Malo, Arsène Bouchard, Jos. Boyer, Théo. Ethier, Francis Longtin, Frs. Laplante, Walter Martin, A. Reinhardt, Louis Taillefer, William Chenier, plus le secrétaire et un grand nombre d'autres.

Les minutes de la dernière assemblée sont lues et ratifiées.

Le rapport du trésorier est soumis et approuvé.

Lecture est donnée des noms des nouveaux membres admis depuis la dernière assemblée comme suit:

F. A. Poirier, hôtelier, 3887 Notre Dame; C. Trépanier, hôtelier, 3695 Notre-Dame; Isaïe Lalonde, hôtelier; Jacques; Jos. Dagenais, hôtelier, 1623 St-James; Emery Larocque, hôtelier, 197 Ste-Elisabeth du Portugal; George Sproule, hôtelier, 1721 Ste-Catherine-Est; Joseph Damphouse, hôtelier, 93 Ste-Emélie; G. Normandin, hôtelier, 3536 Notre-Dame.

Le but principal de la réunion, consistait en la discussion des moyens à prendre, pour lutter avantageusement contre le trust formé par les brasseurs.

Le secrétaire démontre les bénéfices et les avantages à retirer et les risques à encourir si les hôteliers deviennent propriétaires d'une brasserie totalement indépendante du trust. Il explique que, depuis la dernière assemblée, les directeurs, c'est-à-dire le président, le trésorier et lui-même, ont étudié différents projet de formation de compagnie dans le but d'acheter une brasserie. A cet effet il soumet le procès-verbal de l'assemblée du Bureau de Direction en date du 21 mars 1907.

Une nouvelle occasion se présente justement; elle permettrait aux hôteliers de fabriquer leur bière eux-mêmes. Une charte, sous le nom de "Imperial Brewries Limited" nous est offerte avec une option sur la brasserie Salvador au prix de \$275,000 dont \$50,000 comptant à trois mois de la date de la formation de la compagnie. La balance: \$5,000 par mois jusqu'à ce qu'il reste une balance de \$125,000 devant constituer une hypothèque à 5%. Durant les trois mois, la bière devant être vendue au prix actuel par les propriétaires de la brasserie Salvador avec l'obligation de re-

mise de la somme d'un dollar par baril, à l'acquit des souscripteurs d'actions, et au crédit du prix d'achat par la Compagnie Impériale.

Un projet de prospectus à cet effet est soumis par le secrétaire. "Nous demandons à l'assemblée," dit-il, "d'exprimer son opinion. Ce projet ne vous est pas imposé, mais il est soumis à votre acceptation."

Une discussion générale s'engage. M. F. Paquette émet l'idée que les hôteliers avant de s'engager dans une semblable entreprise, devraient réduire la capacité des verres, parce que, par ce moyen, l'hôtelier ferait autant de profit qu'autrefois.

M. James O'Dell croit qu'un comité qui conférerait avec l'Association des brasseurs, obtiendrait de ceux-ci une réduction du prix de la bière à six dollars le baril.

Ces différentes propositions furent combattues par M. E. Ménard et autres.

Ont ensuite pris la parole sur la question: le président, M. Victor Lemay; le vice-président, M. James McCarrey; le trésorier, M. V. Bougie; le secrétaire et autres.

Il est définitivement proposé par M. Eug. Masse, secondé par M. W. E. Courville, et adopté à l'unanimité:

"Que cette assemblée est d'opinion que l'acquisition d'une brasserie est encore le meilleur moyen de combattre la "combine" actuelle des brasseurs, et de plus, l'assemblée approuve, concourt et désire l'organisation de telle compagnie ou brasserie suivant le prospectus maintenant soumis."

Et l'assemblée s'ajourne.

Nous rappelons à nos lecteurs que la maison L. Chaput, Fils & Cie, représente la maison Pabst, de Milwaukee, pour ses bières fameuses dans le monde entier.

Jules Robin & Cie

COGNAC



LE

COGNAC

Jules Robin & Cie,

a été le leader sur le marché
canadien pendant au-delà d'un
demi-siècle et entend conser-
ver sa position

En vente chez tous les principaux
Négociants en Vins.

JOHN HOPE & CO.,

Agents pour le Canada,

AVIS

Nous prions ceux de nos lecteurs qui changeraient d'adresse au 1er mai de vouloir bien nous faire connaître, aussitôt que possible, l'endroit, place d'affaires ou résidence, où ils désirent que "Liqueurs et Tabacs" leur soit adressé.

Tous les ans un certain nombre de nos abonnés se plaignent d'une interruption dans le service de notre journal à l'époque des déménagements. En nous prévenant en temps utile de leur changement d'adresse, ils peuvent être assurés que "Liqueurs et Tabacs" leur parviendra sans aucune interruption.

LA TENUE DES LIVRES DES FAILLIS

Jugement à intervenir

Nous avons en temps et lieu indiqué dans ces colonnes une clause insérée dans le Code Criminel qui oblige, sous peine d'amende et même de prison, tout commerçant à tenir des livres relatant ses opérations commerciales.

Jusqu'à présent il n'y avait pas eu, que nous sachions, de poursuites intentées relativement à cette clause qui se lit comme suit:

"Est coupable d'un acte criminel et passible d'une amende de huit cents piastres et d'un an d'emprisonnement."

"Quiconque, étant commerçant et ayant un passif de plus de mille piastres, est incapable de payer intégralement ce qu'il doit à ses créanciers, et n'a point, pendant la durée des cinq ans immédiatement antérieures à son insolvabilité, tenu les livres de comptes qui, dans le cours ordinaire des commerces ou négoce exercés par lui, sont nécessaires pour faire connaître ou expliquer ses opérations; à moins qu'il ne puisse justifier de ses pertes d'une façon satisfaisante pour la Cour ou le juge, et prouver qu'en ne tenant pas pareils livres, il n'avait aucune intention de frauder ses créanciers".

Dans une cause récente, la Canadian Merchants' Protective Association a invoqué cette clause contre un commerçant accusé d'avoir tenté de frauder ses créanciers. Il a été constaté que l'accusé n'avait pas tenu les livres requis par la clause ci-dessus et, en conséquence, le juge, en rendant sa décision, qui condamne l'accusé à une amende de \$100 ou à deux mois de prison a établi un précédent qui méritait d'être noté.

VINS ET SPIRITUEUX EN ENTREPOT

La question des manquants

Une mesure du plus grand intérêt pour tous les importateurs de vins et spiritueux est actuellement devant la Chambre des Communes à Ottawa.

Les vins et spiritueux en fûts sont,

comme chacun le sait, sujets à une diminution de volume due à l'évaporation, diminution parfois considérable, surtout pour les alcools.

Sous le régime de la loi actuelle, aucune marge n'est allouée aux importateurs pour la diminution de volume qui peut se produire dans leurs marchandises, pendant le temps qu'elles restent entreposées.

Quand un fût est entré en entrepôt pour cinquante gallons, les droits à la sortie d'entrepôt doivent être payés sur cinquante gallons, quand bien même il n'y en aurait plus à ce moment que quarante-six même lorsque cette diminution était due à l'évaporation.

La nouvelle loi prévoit qu'une marge n'excédant pas deux pour cent par année et ne pouvant dépasser huit pour cent en tout et dans tous les cas, sera allouée aux importateurs pour leurs marchandises entreposées, pourvu que ladite diminution soit uniquement due à des causes naturelles.

Il est à souhaiter pour tous les importateurs de vins et spiritueux que cette mesure soit adoptée car le montant des droits ainsi payés sur des manquants représente chaque année une somme très importante.

Voici la traduction du texte de loi proposée par l'Hon. M. Paterson, ministre des Douanes: "Pourvu qu'une allocation ne dépassant pas deux pour cent par an ni huit pour cent dans tous les cas, puisse être accordée pour manquants dans le jaugeage des vins et spiritueux en fûts provenant de causes naturelles, après que ces vins et spiritueux sont entrés en entrepôt et avant leur sortie d'entrepôt en vertu des règlements passés par le Gouverneur en Conseil."

Dans le commerce de gros tout le monde attend cette mesure de justice qui, espérons-le, sera votée par le Parlement avant sa prorogation, attendue d'un jour à l'autre.

Parmi les commerçants qui s'occupent activement de cette intéressante question nous croyons devoir mentionner le nom de M. L. E. Geoffrion, de la maison L. Chaput, Fils & Cie. M. L. E. Geoffrion met en pratique le vieil adage "Aaïde-toi et le ciel d'aidera", il n'épargne ni son temps ni sa peine en vue du résultat à atteindre.

BIERE A L'ETAT SEC

L'agent commercial du Canada en Norvège écrit de Christiana à la date du 1er mars:

"Un ingénieur Dancis du nom de Maardt aurait, dit-on, réussi à produire une pulpe à bière contenant une très faible proportion d'eau. On en fait des briquettes pour la bière qui renferment exactement les mêmes éléments et dans les mêmes proportions que ceux contenus dans la bière blanche danoise. Les bri-

quettes, qui sont de couleur brune, peuvent se conserver pendant un temps presque indéfini. On peut donc les exporter dans toutes les parties du monde.

Pour faire la bière, on enveloppe les briquettes dans un morceau de coton et on les met dans un vaisseau renfermant de l'eau au point d'ébullition. On dissout une petite quantité de pulpe avec un peu de levure qu'on verse ensuite dans le vaisseau; on met reposer le tout pendant 48 heures et on obtient alors une bière absolument excellente. La levure fera probablement monter à la surface des impuretés qui devront être éliminées et en même temps elle produit une couche d'acide carbonique au-dessus de la bière, ce qui fait qu'elle restera stérile. Si la bière ainsi produite est mise en bouteilles bien bouchées, elle se conservera pendant deux ou trois mois, même durant les plus grandes chaleurs de l'été.

On peut également préparer de la même manière la bière de Bavière, mais le procédé est alors quelque peu différent. Une demande de brevet est faite pour cette invention.

LE WHISKEY ET SON ORIGINE

Le mot whisky est d'origine irlandaise. Les Irlandais prétendent que le whisky même est aussi d'origine irlandaise et, de plus, que les Irlandais apprirent aux Ecossais à fabriquer le whisky. Quant au nom, il est dérivé du mot irlandais "uisge," qui signifie eau. L'alcool distillé était appelé par les Irlandais d'autrefois "uisgue betha" ou eau-de-vie.

La distillation est un procédé que les Arabes des époques reculées connaissaient, dit-on; mais le premier auteur qui en ait parlé explicitement — et il en a parlé comme d'une découverte récente — est un chimiste qui vivait au treizième siècle, nommé Aronaldus de Villa Nova. Ce chimiste pensait que la distillation était une panacée universelle qu'on avait cherchée en vain pendant toutes les générations précédentes.

On criait déjà, même en ces temps reculés, à la dégénérescence moderne, et un élève de Nova, un certain Raymond Lully, de Majorque, acclamait les eaux distillées comme une émanation divine, déclarait qu'elles étaient destinées à redonner de l'énergie aux "décrépitudes modernes." Cette eau-de-vie était, en vérité, pour Lully, la fin de toutes choses; elle était même un signe précurseur de la fin du monde.

La légende veut que St-Patrice ait été le premier à enseigner aux Irlandais l'art de la distillation. Toutefois certains historiens modernes contestent ce fait chaudement, en donnant comme preuves à l'appui de leur théorie des faits authentiques montrant St-Patrice comme un partisan strict de la tempérance. Cet argu-

OTTO ZEPF, Gérant.

FREYSENG CORK COMPANY, LIMITED.

Coupés
à la Machine

BOUCHONS

Coupés
à la Main.

Nous réparons les Tire-bouchons de tout genre.
Confiez-nous vos réparations.
Nos prix sont modérés.

655-661, RUE ST-PAUL,
MONTREAL, QUE.

TELEPHONE BELL: MAIN-844.

BISQUIT

"Old Liqueur"

(20 ANS D'AGE)

— ET —

"Une Etoile"

BRANDY DE PUR RAISIN

Méfiez-vous des Substitutions.

Exportés par

Bisquit, Dubouché & Co.,

JARNAC — COGNAC

ETABLIS EN 1819.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

WALTER R. WONHAM & SONS,

MONTREAL.



ment manque de force, car les deux idées ne sont nullement opposées l'une à l'autre. Dans l'antiquité, l'alcool distillé, que ce fût du brandy ou du whisky, était employé en médecine et non comme breuvage.

LA VIGNE ET LE VIN

Par Edward R. Emerson

L'histoire, qu'elle soit ancienne, biblique ou contemporaine, indique de beaucoup de manières que le progrès de la civilisation a coïncidé avec la culture de la vigne et la production du vin. Il y aura peut-être quelques personnes qui feront une exception à cette remarque et qui penseront qu'elle devrait être transposée et exprimée de la manière suivante, c'est-à-dire que le raisin et son produit fermenté font des progrès équivalents à ceux de la civilisation, mais ceci est erroné. Le vin a précédé l'histoire de plusieurs milliers d'années, tandis que notre état politique et social est relativement presque moderne. C'est grâce aux hiéroglyphes que nous avons connu le vin et sa fabrication et les documents anciens sont si somplets et si exacts à ce sujet qu'il n'y a pas d'erreur possible sur la question à laquelle ils se rapportent. Ces documents relatent aussi d'une manière fidèle et réaliste les effets de la trop grande absorption de vin, ce qui prouve de la manière la plus concluante que, bien avant que le genre humain ait trouvé des moyens de communication autres que la parole, l'homme connaissait parfaitement le vin et sa fabrication ainsi que son usage. Cela prouve aussi que cette connaissance de l'homme était bien plus avancée que son habileté à écrire et on peut dire sans présomption que c'est le vin qui a donné à l'homme l'idée de transmettre ses connaissances d'une manière plus permanente et plus intelligible pour lui-même et pour les autres. Nous voyons d'après des documents anciens l'homme fabriquer le vin et s'en servir; il a des récipients pour conserver le vin et ceux-ci, à l'inverse des bestiaux et des produits de la terre, demandent quelques marques distinctives; c'est pourquoi l'homme place sur ces récipients un signe, probablement comme aide-mémoire pour l'aider à les retrouver l'année suivante ou pour pouvoir indiquer à ses domestiques de quel récipient particulier il désirait que le vin fût tiré. Réalisant alors la valeur de ce signe placé sur les récipients qui servaient à contenir son vin, l'homme adopte d'autres signes jusqu'à ce que lui et ses voisins imaginent un système par lequel ils pussent communiquer les uns avec les autres.

Quand on étudie l'histoire, depuis les temps les plus anciens jusqu'à maintenant, on voit que les grands rois et les dominateurs ont tous été des buveurs de vin et en ont conseillé l'usage. D'un autre

côté, quand nous trouvons un chef opposé d'une manière fanatique à l'usage du vin c'est généralement un tyran, un homme dont les passions n'ont pas de bornes ou un homme dont la cruauté a fait mépriser le nom et la mémoire. Domitien, le douzième des Césars, non-seulement fit détruire les vignobles de ses domaines, mais aussi il se plaisait dans le sang. François Ier faisait flageller les ivrognes de sa nation et les faisait mutiler de manière à les rendre infirmes pour toute leur vie et l'histoire nous rapporte qu'il était égoïste, faux et licencieux. L'histoire du mahométisme est un long récit d'orgies commises au nom de l'abstinence.

La Bible nous montre que la Terre Promise — la terre du lait et du miel — est aussi la terre du raisin et du vin. Nous lisons dans ce livre que lorsque les espions envoyés par Moïse y arrivèrent, ils coupèrent d'une branche une grappe de raisin et qu'ils la rapportèrent suspendue à un bâton qu'ils maintenaient sur leurs épaules. C'est le genre de fruits que l'on trouvait dans la terre de Chanaan, la demeure future des Juifs.

Tant que le vin fut le breuvage du peuple, la Palestine a été un pays des plus prospères et sa population augmenta en richesse, en puissance et en instruction. Le temple du roi Salomon fut construit; Jérusalem devint une cité florissante et prospère, le pays était riche, mais qu'est devenu Chanaan?... On en a retiré le vin et le régime de la prohibition y règne; qu'est-ce qu'on y trouve? Des fermes désertes, des amas de ruines et un désert.

Depuis l'époque de la Bible jusqu'au temps actuel, de l'archipel Grec aux rives de la Mer, on entend, chaque année, à l'époque des vendanges des cris et des chants et on sait très bien pourquoi le peuple se sent si heureux et si réjoui, comme ses ancêtres l'étaient des centaines et des milliers d'années auparavant. Un gouvernement repose sur les individus et, dans un pays où il est assuré de la tranquillité intérieure, il y a prospérité. Le contentement est synonyme de bonheur et le contentement d'une nation est obtenu quand les familles sont heureuses. D'autre part, les restrictions et les suppressions aboutissent toujours au mécontentement.

Le rôle que le vin joue dans le bonheur d'une nation est si grand et si important que tous les hommes d'Etat du monde entier se sont déclarés en sa faveur. Les grands esprits de tout temps, les poètes, les orateurs, les écrivains, tous ont reconnu la valeur du vin pris modérément, pour donner le bonheur. S'ils ont déploré son abus, ils n'en sont jamais venus à demander sa prohibition. Si l'eau étanche la soif, ce n'est ni un tonique, ni un aliment; le vin est ces deux choses-là. Il y a danger à boire de l'eau, mais l'eau n'est pas défendue pour cela. Vous entendez sou-

vent la recommandation suivante: "Veillez à l'eau que vous buvez dans tel ou tel endroit!" et encore, "un changement d'eau est dangereux!" Votre médecin vous préviendra à ce sujet si vous partez en voyage. Ainsi, bien que l'eau soit un breuvage universel, on doit s'en servir avec précaution.

On a souvent dit que les Américains ne sont pas buveurs de vin. Cela est inexact. Ils n'en boivent pas à leurs repas, mais avant ou immédiatement après. Des milliers de bouteilles de remèdes patentés, tous contenant plus ou moins de vin, sortent des manufactures chaque année et la quantité d'attestations que le fabricant reçoit et fait imprimer prouve de la manière la plus concluante le nombre de personnes qui boivent du vin sous forme de médicaments.

Nous nous élevons contre la vente de ces élixirs et nous indiquons les ingrédients nuisibles qu'ils contiennent. Nous nous demandons comment il est possible que le peuple américain soit assez insensé pour boire de telles drogues. La réponse est simple: l'hypocrisie, la dissimulation ont détourné le public du vin pour le tourner vers les remèdes patentés. On se doutait bien de l'effet produit.

Donnez à un chimiste une bouteille de vin pur et faites-le lui analyser. Ce chimiste vous dira dans son rapport que ce vin contient de 85 à 90 % d'eau et que le reste est de la matière organique et de l'alcool. Les remèdes patentés ne contiennent pas de substances toxiques, pas de stimulants puissants, cependant, on y trouve toutes ces choses mêlées à de l'alcool. Pourquoi alors le vin n'est-il pas meilleur et plus désirable que toutes ces drogues-là? L'homme qui absorbe trop de vin commet rarement un crime. Les crimes sont commis par des hommes sobres arrivés au paroxysme de la passion ou de sang-froid et c'est dans les communautés tempérantes que de tels crimes sont commis. Même une foule ivre est moins à craindre qu'une foule d'hommes sobres. Les gens les plus à craindre pour leur intempérance sont les hommes et les femmes à l'esprit étroit qui ont fait beaucoup de tort dans chaque communauté où on les a laissés faire et où la prohibition règne.

La "Crystal Spring Water" est une eau minérale gazeuse très agréable, qui se mélange bien avec toutes les boissons. La source d'où provient cette eau est située à Libertyville, Illinois, à environ 50 miles de la source White Rock.

La maison L. Chaput, Fils & Cie a l'agence exclusive de cette eau au Canada.

M. G. W. Bonner, de la maison John Robertson & Son, Ltd., est spécialement chargé de pousser la marque de champagne Moët et Chandon sur le marché de Montréal. M. G. W. Bonner est extrêmement populaire parmi tous ceux qui sont intéressés au commerce des vins et spiritueux.



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.

“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR

HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.

WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS :

LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS : WALTER R. WONHAM & SONS

6 RUE ST-SACRAMENT, MONTREAL.

L'HISTOIRE DU SHERRY

La dernière moitié du XVI^e siècle est l'époque la plus mémorable dans l'histoire de la civilisation moderne. C'est de cette époque que date l'invention de la presse à imprimer, la découverte du nouveau monde, la prise de Constantinople et la fin de la domination des Maures en Espagne. L'Europe secoua la longue torpeur du Moyen-Age pour prendre cette activité intellectuelle qui annonçait l'époque de la Renaissance. Parmi des faits si importants, un petit événement passa inaperçu. En même temps que le monde se réveillait, le commerce du sherry commençait en Angleterre.

Quand le premier des Tudor eut débarrassé son royaume des débris de la Guerre des Roses, il dirigea son attention sur la politique extérieure. L'Espagne était alors la puissance la plus forte d'Europe. Il s'arrangea pour conclure une alliance avec Ferdinand et Isabelle, alliance qu'il cimentait par le mariage de son fils aîné avec leur fille la plus jeune. Le roi avare Henri VIII fut charmé de la riche dot que Catherine d'Aragon apportait à son mari et sa cour fut probablement tout aussi satisfaite des énormes provisions de sherry que les monarques espagnols envoyèrent pour la table royale. Plusieurs années après, lorsque Henri VIII divorça pour épouser la jeune, belle et spirituelle Anne Boleyn, il ajouta l'insulte à l'injure en fournissant à la table de son épouse abandonnée un vin de qualité inférieure. Chappuis, le bibliothécaire érudit de François I^{er}, fait autorité en cette matière et on peut le considérer comme un témoin qualifié et impartial. On pourrait penser que la défenderesse, dans un procès en divorce aurait trop d'ennuis pour penser à ce qu'elle mangeait ou buvait ou à la manière dont elle était vêtue; mais les comforts de la vie, bien qu'ils ne puissent pas satisfaire un esprit malade, donnent quand même une consolation temporaire dans le chagrin. A cette époque, où il n'y avait ni thé, ni café, ni eaux gazeuses, ni limonade, ni bière au gingembre pour apaiser les soucis féminins ou activer les bavardages, le vin était apprécié par le beau sexe non moins qu'il était estimé de son seigneur et maître. L'humiliation causée par ce manque d'égards palpable doit avoir offensé cruellement l'orgueil de la reine Catherine. Comme "Bluff King Hal" n'était ni un rancunier, ni d'un caractère mesquin, il est probable que cette détérioration du sherry de la reine fut faite sans qu'il le sût. Les serviteurs peuvent avoir profité de son état d'esprit pour transporter sur leur propre table le vin destiné à la reine, sachant bien qu'il était trop occupé à faire sa cour à l'objet de sa passion pour découvrir la fraude.

La Rochefoucauld dit qu'il est plus dif-

ficile de pardonner les injures que nous faisons aux autres que celles dont nous souffrons. Il est donc probable que pendant le reste du règne de Henri VIII, les produits espagnols ne cessèrent pas de jouir de la faveur de la Cour. Lors des noces de Philippe II d'Espagne et de la reine Marie, le vin espagnol fut de nouveau fourni aux fêtes du mariage qui eurent lieu à Winchester et continuèrent sans aucun doute à être en usage à la Cour pendant les douze mois que Philippe demeura en Angleterre; mais cette alliance ne fut jamais populaire et le caractère hautain et austère de l'Espagnole lui aliéna l'aristocratie anglaise. La seconde tentative pour populariser le sherry échoua tout comme la première. Toutefois, 34 ans plus tard, Philippe fournit bien à contre cœur aux insulaires qu'il haïssait de grandes quantités de sherry gratuitement.

Quand l'invincible Armada qui devait détruire l'indépendance anglaise et remettre le pays sous la domination du pape au moyen de l'Inquisition, fut équipée, on réquisitionna 5,000 fûts de vin à Jerez et on les répartit sur les 160 vaisseaux de guerre équipés par le roi d'Espagne pour subjuguier l'Angleterre héritique. Presque tous les navires faisant partie de cette flotte puissante coulèrent ou se perdirent en mer et avec eux, une quantité proportionnée de vin; mais quelques-uns des vaisseaux, y compris le galion chargé d'un trésor, tombèrent entre les mains des Anglais; d'autres s'échouèrent sur la côte Est d'Ecosse et la côte Ouest d'Irlande où les provisions qu'ils contenaient furent consommées par les habitants des différentes localités. Cette distribution gratuite d'échantillons était trop dénuée de méthode pour provoquer un commerce. Il est évident qu'elle répandit le goût du sherry sur une vaste étendue de territoire, mais il est douteux que des commandes pour ce vin aient été données dans la suite. Pour commémorer la destruction de l'Armada, Elisabeth fit frapper des médailles avec cette devise, écrite en latin: "Dieu a soufflé et ils ont été dispersés". Depuis le moment où la flotte espagnole partit de Lisbonne jusqu'à la dispersion des survivants dans l'Océan Atlantique, les éléments ont été des alliés puissants de l'Angleterre. La flotte anglaise avait à peine 80 voiles, la plupart de ces vaisseaux étaient bien inférieurs comme importance à ceux de l'ennemi. Sans les tempêtes furieuses qui éparpillèrent à plusieurs reprises l'Armada, l'habileté de marins tels que Howard, Drake, Hawkins et Frobisher et le courage indomptable de leurs équipages n'auraient rien fait dans un engagement régulier contre un ennemi si supérieur.

La crainte de l'invasion espagnole s'évanouit avec la flotte qui l'avait causée et la nation tout entière était animée d'un désir de représailles. Les exploits des har-

dis aventuriers qui ravagèrent le continent espagnol encouragèrent Essex à diriger une attaque sur la péninsule même. L'audace de ce projet contribua à lui assurer le succès. Une expédition fut organisée secrètement; personne, sauf son chef, ne savait, au moment du départ, quelle était la destination de la flotte. Quand elle entra dans la baie de Cadix, le matin du 21 juin 1596, la surprise paralysa les défenseurs. Treize navires de guerre et quarante énormes galions chargés de trésors furent capturés dans la baie et la ville fut emportée d'assaut. Le butin des conquérants fut énorme, mais il plongea l'Espagne dans la banqueroute et porta à son pouvoir de domination un coup dont elle ne se releva jamais.

L'attaque avait été bien concertée et habilement exécutée. Pendant le long intervalle qui sépara la bataille d'Azincourt de celle de Blenheim, aucun exploit militaire accompli par les armes anglaises ne fut aussi brillant que la prise de Cadix. Ce fait d'armes rendit Lord Essex l'idole de ses compatriotes et lui valut même les éloges de l'ennemi qu'il avait vaincu. Parmi les dépouilles dont la flotte était chargée à son retour en Angleterre, il y avait de grandes quantités de sherry qui avaient été enlevées d'entrepôts à Cadix, Puerto et Fernando. A son arrivée en Angleterre, ce vin fut appelé sherry "Sacked" parce qu'il avait été pris dans le sac de la ville de Cadix. Etant donné que ce mot se présente pour la première fois dans les écrits de l'époque d'Elisabeth, immédiatement après l'exploit d'Essex, cette étymologie est assez plausible.

Pour reconnaître les services d'Essex, Elisabeth lui accorda le monopole de la vente des vins sucrés qui, à cette époque, comprenaient tous les vins, ceux d'Allemagne et une grande partie de ceux de France. A la fin du XVI^e siècle, la production totale des vignobles de Jerez était estimée par Pedro de Medina à 60,000 fûts, dont les deux-tiers, d'après la même autorité, étaient exportés sur les marchés étrangers. On peut conjecturer que la plus grande partie du sherry qui entra sur le marché anglais à cette époque était sucré, car comme le monopole avait été accordé pour services rendus en Espagne, le produit de ce pays n'en aurait certainement pas été exclu. Du sucre était ajouté souvent, sinon habituellement au vin, à l'époque de Shakespeare, mais cela indique simplement que le vin n'était pas assez riche pour convenir au goût de l'époque.

Quand un voyageur s'arrête en Espagne à un hôtel appelé "Fonda de las Cuatro Naciones", il suppose assez naturellement que cette enseigne se rapporte à quatre nations européennes. Le nom des quatre nations ou royaumes est un synonyme pour Andalousie et date de la domination des Maures, alors que la province était

Distillé au Canada



NOS SPÉCIALITÉS DE GIN

LE Gin Croix Rouge



LE PLUS POPULAIRE, CELUI QUI
S'ÉCOULE LE MIEUX, PARCE QUE
SON AGE ET SA PURETÉ SONT
GARANTIS PAR LE TIMBRE DU
GOUVERNEMENT.

Distillé au Canada



CLUB OLD TOM GIN

... ET ...

COLONIAL LONDON DRY

SANS RIVAUX POUR LA
CONFECTION DE BREU-
VAGES RAFRAICHISSANTS
DE FANTAISIE.

BOIVIN, WILSON & CIE.

MONTREAL.

Distillé au Canada



divisée en circonscriptions, celles de Séville, de Cordoue, de Jaen et de Grenade, chacune ayant son propre chef. Les Romains appelaient la région Bética, de Bétis, nom latin du Guadalquivir. Longtemps auparavant, la même région était connue des Phéniciens et des Hébreux sous le nom de Tarshish. Les grands navires de Tarshish avaient une vitesse que ne possédait aucun autre navire de Grèce. Ils transportaient sur tous les marchés du monde alors connu, les marchandises d'Egypte et de Babylone et les produits du sud de l'Espagne. La grandeur commerciale des Phéniciens était largement due à la richesse qu'ils tiraient de Tarshish. Non seulement cette contrée était une source inépuisable de pêcheries profitables, mais elle contenait de riches mines d'argent et d'autres métaux auxquels les cours du Guadalquivir et du Guadiana donnaient un accès facile. Même en ces temps reculés, quelques plantations de vignes existaient dans le voisinage de Jerez. Mais nous avons une preuve indirecte fournie par l'Ancien Testament et le Livre de Joseph que Tyr et Sidon ne tiraient pas leur vin de Cadix. Hiram construisit le palais de David et donna à Salomon du bois de cèdre et de sapin ainsi que des ouvriers pour la construction de son palais et de son temple et il reçut en échange des paiements annuels en huile et vin, en retour de l'or qu'il avait fourni pour décorer l'intérieur du temple. Si, à cette époque, les Phéniciens avaient pu tirer le vin et l'huile de leur propre colonie de Tarshish ils n'auraient sans doute pas accepté les produits inférieurs de la Judée en échange de leur travail. Toutes les villes importantes de la région de Tarshish étaient phéniciennes. la plus célèbre était Gades ou Cadix, avec son temple d'Hercule. Tous les étrangers en étaient exclus jalousement, surtout les Grecs à l'esprit curieux. C'est pourquoi l'imagination de ceux-ci se représentaient le pays comme une terre promise. Les plaines fertiles étaient habitées par les Hespérides, les gardiennes des pommes d'or que Ge, la Terre, avaient données à Hera, en cadeau de noces. La Guadelete, sur les bords de laquelle est construite la ville de Jerez, était pour les Grecs le Léthé où les âmes traversant les Champs Elyséens buvaient de son eau afin d'oublier tous leurs anciens soucis. Dans ces plaines riches, paissaient les splendides troupeaux qu'Hercule avait sauvés de la fureur du monstre à trois têtes, Geryon.

La ville de Jerez tire, dit-on, son nom d'un mot latin Asido. Quand les marins conquérants demandaient à un ancien habitant de Jerez le nom de la ville, celui-ci répondait Cesarius Asido, ce que les envahisseurs prirent à tort pour Sherish; les Maures étaient sobres d'habitude, surtout en temps de guerre, si donc on avait formé ainsi un mot de deux mots latins, on ne peut que supposer que le langage

de celui qui répondit était troublé soit par la crainte ou par son breuvage ordinaire. En réalité, après la conquête des Maures, de nouveaux noms furent, dans la plupart des cas, substitués aux anciens. C'est ainsi que Bética devint Andalousie, la terre de l'Ouest. Le Bétis a été depuis connu sous le nom de Guadalquivir, la grande rivière, et le Guadelete, rivière de la mort, à cause des 10,000 chrétiens massacrés dans une bataille qui eut lieu sur ses rives. La première signification d'umot Jerez est perdue, mais il y a toute raison de croire qu'elle renfermait un compliment, car dans les documents arabes les plus anciens, on la décrit comme une belle ville avec une forte population, ses maisons sont bien faites et avec goût et ses habitants sont remarquables par leur esprit et leur gaieté; description qui semble tirée d'un guide moderne. Pendant l'occupation mauresque, les vignobles de Jerez coururent grand risque d'être complètement arrachés. A cause de leur éducation supérieure, les Maures en général étaient plus tolérants que leurs ennemis les chrétiens, mais quelquefois un gouverneur fanatique cédait presque aux exhortations de son clergé et décidait que les vignes seraient arrachées, pour se conformer aux préceptes du Coran. Toutefois, des aviseurs plus pratiques faisaient ressortir le revenu qui s'évanouirait si on exécutait cet ordre à la lettre; aussi les vignobles continuèrent-ils à être favorisés, le gouverneur mettant sa conscience à l'abri au moyen de quelque raisonnement de casuistique. Le sherry est un produit de la partie sud-ouest de l'Andalousie. Jerez est la capitale et le centre du district producteur de vin qui s'étend jusqu'à Puerto, St Maria, Rota, San Lucar, Tribujerra, Lebuja et Arcos. Les vignobles les plus célèbres sont ceux situés dans le voisinage immédiat de Jerez et c'est à eux qu'est imputable la renommée universelle du sherry.

En montant à la ville pittoresque de Arcos-de-la-Fontera, perchée au sommet d'un escarpement gris, la vue s'étend au loin sur la vallée du Guadelete qui produit une grande quantité de vin exquis. Une petite colline qui s'élève au milieu de ces vignobles a été le centre de la célèbre bataille livrée en l'an 711 après Jésus-Christ, où Dom Roderick et son armée chrétienne furent défaits, après quoi les Maures devinrent maîtres de toute la péninsule pyrénéenne.

Pendant la durée entière des XVIII^{ème} et XVIII^{ème} siècles et pendant la plus grande partie du XIX^{ème} siècle, le commerce du sherry en Angleterre a été très étendu. Il faisait tellement partie de toutes les réunions mondaines que sa place d'honneur parmi les boissons semblait aussi sûre que celle que le rosbif de la vieille Angleterre occupait parmi les aliments solides. Pour les personnes prudentes et qui réfléchissent, la grande augmen-

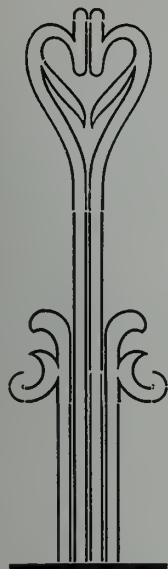
tation des importations de ce vin, qui eurent lieu le 1840 à 1850 était loin d'être un bon signe et le nombre des maisons de second ordre qui faisaient une vive concurrence aux anciennes maisons augmenta énormément les importations déjà fortes au détriment du vieux type de qualité.

La culture est à la plante ce que l'instruction est à l'homme. Le but de ces deux choses est le développement des qualités latentes. Mais le viticulteur a obtenu plus de succès dans son art que le pédagogue. Toutes les améliorations effectuées dans les produits de l'agriculture sont dues à une culture méthodique qui a développé peu à peu quelques-unes des choses les plus délicates de la civilisation au moyen de végétaux communs qui étaient autrefois la nourriture des animaux sauvages et des hommes voraces vivant à l'état sauvage.

D'autre part, le développement intellectuel de l'ordre le plus élevé est appelé génie et le génie n'est pas un produit des académies. Les pionniers de la science ont été plus gênés qu'aider par les écoles de l'époque et les poètes n'ont pas été formés dans les universités. A en juger par des exemples modernes, il semblerait que la diffusion de l'instruction soit contraire au développement du génie.

L'Andalousie n'a pas produit de Columelle pour parler des espèces de vins qui, dans l'ancien temps, étaient produites dans le district de Jerez, ni pour expliquer le mode de culture employé. Nous sommes conduits par analogie à supposer qu'il n'existait, pendant la domination des Maures, que des plantes indigènes. A cette époque, la viticulture n'était tolérée que comme une source de revenus et, comme à tout moment, les vignobles pouvaient être détruits par un édit arbitraire rendu par un gouverneur fanatique, on n'essayait ni d'étendre cette culture, ni de l'améliorer.

Après que Alfonso el Sabro eut capturé les Maures dans la campagne de 1263 à 1264 et qu'il les eut expulsés de Jerez, de San Lucar, de Medina, de Sidonia et d'une portion de l'Algarve de Portugal, il fit don à ses chevaliers féodaux de six acres de terre déjà plantée en vignes et de 6 acres de terre non défrichée, sur lesquels on devait planter de nouveaux vignobles, de sorte que les vignes de Jerez pussent être augmentées et améliorées. Vingt ans plus tard, pendant le règne du fils rebelle d'Alfonso, Sancho el Bravo, la ville de Jerez fut assiégée par une armée mauresque, le roi de Grenade faisant un effort désespéré pour s'emparer de la ville qui lui avait été enlevée. Le récit des opérations des assiégeants a été traduit de l'arabe et publié par l'Académie Royale d'Histoire Espagnole et ce récit jette une certaine lumière sur la situation des vignobles à l'époque du siège. Le document raconte que Yussuf traversa la rivière



Quand vous pensez à de l'eau-de-vie fine, vous pensez
naturellement au

BRANDY 3 ETOILES

DE **HENNESSY**

C'est le pur esprit — obtenu par l'antique procédé de
l'alambic à feu nu — du raisin cultivé dans le district de
Cognac, Charente, France.

L'Art de vieillir les BRANDIES de HENNESSY — pour
en développer le BOUQUET — a été transmis de père
en fils, de génération en génération.

Le Brandy "HENNESSY'S 3 STAR" est garanti
avoir plus de 12 ans d'âge.

"STANDARD"

(E. W. PARKER, MONTREAL)

HIGH WINES ET

ALCOOL

UN ALCOOL NEUTRE ET INCOLORE
CONVENANT A TOUS LES USAGES

Garanti par le Gouvernement Canadien
avoir mûri en Entrepôt pendant deux ans.

GILLESPIES & CO.
Agents Vendeurs
MONTREAL.

Guadalete et vint faire camper son armée entre les vignes et les jardins. Cet endroit serait sur la rive du fleuve opposée à l'endroit où le magnifique monastère de Catuja a plus tard été érigé. Comme l'armée ne pouvait se livrer à aucune action contre la ville de l'endroit où elle se trouvait, le camp fut déplacé et établi sur les terres en friche qui s'étendaient entre la ville et San Lucar. D'après cette topographie, vers la fin du XIII^{ème} siècle, la viticulture ne se faisait qu'au sud et au sud-est de Jerez, les splendides vignobles auxquels le sherry doit sa renommée étaient alors des terres en friche et non cultivées. Le rétablissement de la paix permit aux chevaliers ou à leurs descendants de profiter du don d'Alfonso et nous pouvons conclure que c'est alors que furent plantés les célèbres "pagos" vers le nord et l'ouest de la ville, complétant ainsi la chaîne des vignobles, à partir du centre où s'élève la ville de Jerez.

"La valeur vient des sherries", disait Sir John Falstaff, prétendant que son breuvage favori chasse du cerveau la torpeur naturelle et lui communique une vivacité d'esprit excellente. Ben Johnson fait l'éloge de ce vin avec une chaleur égale à celle de Shakespeare. Harrick, en parlant de ce vin, l'appelle "la boisson des dieux et des anges" et prédit que lorsqu'il ne pourra plus se livrer au plaisir d'en boire, ses poésies perdront le feu qui les anime et ne vaudront plus rien. Il est certain qu'à partir de l'époque où ce vin a été introduit de nouveau par Essex, vers le commencement du XVII^{ème} siècle, il a grandi continuellement dans l'estime du public. Cette estime baissa un peu auprès de l'Ecosais besogneux, mais aventureux, car le sherry authentique n'a jamais été un breuvage à bon marché. Toutefois, un nouveau stimulant fut bientôt donné à la demande. Quand le prince Charles devint héritier présomptif du trône d'Angleterre et d'Ecosse, il fit un voyage en Espagne, accompagné du duc de Buckingham, pour faire sa cour à l'infante d'Espagne. L'arrogance du duc empêcha ce mariage de se faire, de sorte qu'au lieu d'une épouse espagnole, Charles ramena avec lui un certain goût pour le vin d'Espagne et le sherry devint de nouveau le breuvage de la Cour d'Angleterre. Lorsque, comme Charles I^{er}, il quitta sa capitale qui lui était hostile et fixa sa résidence à York, le goût du roi devint de mode dans la cité archiépiscopale; nous voyons en effet que l'historien James Howell a écrit de là, en 1645, pour obtenir un baril ou deux d'huîtres qui, assure-t-il à son correspondant, "se mangeront très bien avec une coupe du meilleur sherry qu'on a coutume de boire dans cette ville."

[A suivre].

L'annonceur sage, non seulement profite de sa propre expérience, mais, aussi bien, de celle des autres annonceurs.

LE VIN D'OPORTO

L'histoire de toutes les nations consiste en une série d'événements commençant par la construction de la Cité et se terminant par la consolidation du royaume. Avant que les tribus nomades puissent acquérir la force de cohésion nécessaire pour la formation d'une communauté civile, beaucoup de générations se succèdent, dont les progrès ne sont pas rapportés dans l'histoire écrite, mais peuvent être discernés vaguement par la tradition transmise de bouche en bouche. Ainsi, l'origine de la plupart des pays est enveloppée d'une certaine obscurité qui laisse tout non défini, de sorte que la conjecture l'emporte de beaucoup sur les faits réels. Toutefois, dans l'histoire du Portugal, nous avons des récits non interrompus à partir de la fin du onzième siècle, alors que ce pays cessa d'être une portion de l'Espagne jusqu'à ce qu'il fût devenu un royaume puissant et indépendant. Pendant cette période, courte quand on la compare à la vie d'autres nations européennes, l'histoire du Portugal a tout l'attrait d'un roman. Le fait qu'une petite portion de la péninsule Ibérique s'est séparée et est devenue pendant un certain temps la première nation d'Europe, donne un intérêt unique à l'histoire de ce pays. Pour le peuple anglais, écrit "Ridley's Wine and Spirit Trade Circular," le sujet offre une double attraction, premièrement, parce que l'Angleterre a contribué beaucoup à l'indépendance du Portugal, et secondement, parce que les navigateurs portugais ont été les premiers explorateurs de pays qui devinrent plus tard des dépendances et des colonies de la Grande-Bretagne.

Au onzième siècle, le pays de Coimbra était le grand pays frontière de Galicie. La ville du même nom prétend que son université a été la première qui ait été établie en Europe, et il est généralement admis qu'on y parle le langage portugais dans sa plus grande pureté. Cette ville se trouve sur l'emplacement de l'ancienne ville d'Aeminium, sur les rives du Mondego, une des rares rivières qui, de leur source jusqu'à leur embouchure, coulent entièrement en territoire portugais. Bien que l'acquisition de cette ville ait contribué grandement à la formation du Portugal, ce n'est pas de Coimbra que la nouvelle nation a tiré son nom. Parmi les autres divisions du royaume de Galicie, il en était une appelée Comitatus Portucalensis, parce qu'elle contenait dans ses limites cette fameuse cité à l'embouchure du Douro qui, au temps des Grecs et des Romains était connue sous le nom de Portus Cale; ainsi, le nom de Portugal est tiré de l'ancien nom de la ville d'Oporto qui est le centre du commerce du vin d'Oporto.

L'ancienne ville de Portus Cale était située sur la rive opposée à celle où se

trouve maintenant Villa Nova de Gaya. D'après une tradition, assez authentique, c'est à Lamego, sur la colline qui domine la vallée profonde du Douro, que les Cortès s'assemblèrent en 1143 et proclamèrent que le Portugal était un royaume séparé et indépendant.

L'application de la vapeur à la machinerie a augmenté énormément la richesse. La locomotion électrique et à vapeur a économisé le temps et réduit les distances. La richesse et le luxe ont réduit à rien les rêves d'avarice et d'avidité d'Héliogabale. Toutefois, certaines choses sont laissées de côté dans notre marche en avant. Les beaux-arts subissent un déclin à mesure que la vitesse augmente. Nous pouvons parcourir en une heure une distance double de celle que nos ancêtres pouvaient parcourir en une journée entière. Mais la vitesse empêche de voir le paysage et on traverse les paysages les plus beaux à travers la fumée ou dans l'obscurité d'un tunnel. Le voyageur qui se rendait à Oporto, il y a cinquante ans, avait à choisir entre deux routes et ces deux routes avaient beaucoup d'avantages qui les recommandaient au voyageur. Si celui-ci arrivait à Vigo après avoir gravi la colline sur laquelle est située l'ancienne cité, la diligence lui faisait traverser un des plus beaux paysages d'Europe. La vue de la grande vallée du Entre-Minho-e-Douro, surtout quand on se rapproche de la frontière, réconcilierait même un sybarite avec le manque de confort. D'autre part, le voyageur pouvait continuer son voyage par mer jusqu'à l'embouchure du Douro et débarquer à Foz. La ville est située à environ trois milles de la côte et, à mesure que la diligence diminue la distance, on voit Oporto s'élever superbement dans un double amphithéâtre. Une des collines est couronnée par la cathédrale, et l'autre par le couvent Dos Clerigos duquel s'élève la tour majestueuse qui sert de phare aux vaisseaux s'approchant de la barre dangereuse. Oporto et son faubourg de Villa-Nova de Gaya où règne une grande activité sont réunis par un pont métallique, une des structures les plus étonnantes de l'industrie moderne. Le pont du chemin de fer situé plus haut en remontant la rivière est aussi un ouvrage hardi et frappant dû à l'art des ingénieurs. Les deux collines sont couvertes d'édifices serrés les uns contre les autres et se surplombant l'un l'autre, formant des terrasses d'architecture d'un effet très pittoresque grandement rehaussé par la végétation luxuriante des parcs et des jardins publics. Chacun doit admettre que la magnifique cité est digne du vin de choix dont son nom est inséparable.

Bien qu'il n'y ait aucune obscurité ni aucun mystère sur l'origine du Portugal et son entrée dans le comité des nations, les débuts du commerce du vin d'Oporto ne sont pas aussi clairs. Dans son excel-



Controleurs exclusifs de plus de 60
Agences Etrangères.

UN DEMI-MILLION de Dollars
de Droits Payé par An.

DOUZE
Entrepôts du Gouvernement.

DEUX
Magasins d'Excise.

Lawrence A. Wilson & Cie., MONTREAL. LIMITEE

Notre Stock de Vins et de Liqueurs est le plus grand et le meilleur au Canada.

CLARETS ET BOURGOGNES.

Nous détenons un stock très considérable et très choisi de Vins Château rouges et blancs de la Bordeaux Claret Co., ainsi que de vieux Bourgognes Rouges et Blancs en bouteilles.

SHERRIES.

Nous avons aussi en stock des sherries de Gonzalez & Byass en fûts et leurs Vieux Sherries des célèbres marques "Idolo" et "Cristina", embouteillés et cachetés dans leurs propres Bodegas. La réputation universelle de cette maison suffit à garantir l'excellence de ses produits.

ABSINTHE SUISSE.

Absinthe Supérieure de Gemppe Pernod.

APÉRITIF.

Le meilleur produit d'Espagne : Tot, l'Apéritif "Bambou".

COGNACS.

Entre autres marques importantes de Cognacs, nous sommes seuls à contrôler les marques suivantes : Boutelleau Fils & Cie, Cognac Distillers' Association, Carlat & Cie, Jos. Brémond & Cie, Régnier & Cie, ainsi que les Brandies Espagnols de Jimenez & Lamothe.

BLACKBERRY BRANDY.

Wilson's Blackberry Brandy, Liqueur Supérieure, qualité non surpassée.

LIQUEURS.

Marasquin de Levert & Schudel, Curaçao Orange, Crème de Menthe Glaciale, Anisette, Kümmel, Kirsch.

Petite Chartreuse Verte et Jaune, Liqueur Hanappier, Elixir de Spa.

WHISKY.

Nous importons énormément plus de "Scotch Whisky" que toute autre maison du Dominion. "Dunblane" pur grain et pur malt de Greenlees Brothers ; King Edward VII, Real Antique ; Hill-Burn Blend de Heilbron & Sons, Kings Liqueur ; Scottish Arms de R. Thorne & Sons, Antique Liqueur ; Three Star, Red, White and Blue de Haig & Haig, Five Stars, Tammany Scotch, Brae Mar Special, House of Lords, Five Crowns de Bruce Wallace & Co., Loch Caron Gleneil, A. Mae Murdo & Co., etc.

Les nombreuses qualités du Scotch Whisky, importé par nous de diverses parties de l'Ecosse, nous permettent de fournir tout arôme, couleur et âge aux prix d'importation.

ECHANTILLONS FOURNIS SUR DEMANDE.

lente histoire du commerce du vin en Angleterre, M. André L. Simon prétend que ce commerce date du quatorzième siècle. Nous hésitons à différer de l'opinion d'une si bonne autorité en la matière. Mais nous devons admettre toutefois que la preuve fournie ne nous satisfait pas. Il est très probable que des fûts de vin sont venus parfois du Portugal sur le marché anglais, mais ces importations étaient trop peu fréquentes pour constituer un commerce et rien ne prouve que ce vin ait été expédié d'Oporto. S'il y avait eu une demande régulière en Angleterre, elle aurait été certainement augmentée par le mariage de Charles II à une princesse portugaise. Durant son règne, de nombreuses proclamations fixèrent les prix maxima auxquels les vins pouvaient être vendus et ces vins étaient cités en détail par leur nom. Aucune de ces proclamations ne mentionne le vin de Portugal, omission qui n'aurait pas pu être faite s'il y avait eu quelque commerce, si petit fut-il, de ce vin. Au treizième siècle, Diniz établit des cultivateurs dans la province alors en friche de Alemtejo et donna une attention spéciale à la culture de la vigne dans le Nord. Ses vignobles auraient pu être conservés et auraient pu donner naissance au "viuhos verdes" expédié de l'embouchure de la Lima au milieu du seizième siècle. Une allusion à la condition du Portugal à cette période sera peut-être une excuse pour notre hésitation à soutenir le point de vue de M. Simon. Pendant la dernière moitié du quinzième siècle et la première moitié du seizième, le Portugal a traversé son époque héroïque. A cette époque, les jeunes gens s'engageaient volontairement dans la flotte et dans l'armée pour servir dans l'Inde et en Orient. Inutile de dire que sur les milliers qui se rendirent en Asie, peu revinrent au pays. A la fin du seizième siècle, des familles entières de paysans émigrèrent à Madère et au Brésil et ceux qui restèrent se rendirent en foule à la capitale. L'effet de cette dépopulation du pays fut que la viticulture et l'agriculture furent entièrement négligées. Des étendues immenses de pays furent converties en prairies et on dut importer des esclaves africains pour cultiver la terre afin d'éviter une famine nationale. Dans ces conditions, un commerce d'exportation de vin eût été à peine possible. Ce fait est plus curieux qu'important. Nous ne doutons pas que le Portugal ait toujours produit de bon vin pour l'usage domestique, mais notre opinion est que le vin exporté avant la fin du dix-septième siècle ne serait pas considéré aujourd'hui comme digne du nom de vin d'Oporto.

Vers la fin du dix-septième siècle, les crus de Bordeaux étaient en demande générale, ils étaient principalement consommés dans les tavernes où le claret se vendait au détail à raison d'un shilling la bouteille. La reprise des hostilités avec

la France, en 1689 coupa la source d'approvisionnement et le prix augmenta rapidement. Le gouvernement britannique essaya de lui trouver un succédané et ceci conduisit à l'introduction du vin rouge de Portugal. A cette époque, très peu de vignes étaient cultivées dans le voisinage du Douro, de sorte que ce district ne peut pas être tenu responsable du dédain temporaire en lequel on tenait les crus du Portugal. Presque tout le vin était exporté de Lisbonne et était probablement fait sans soin et préparé d'une mauvaise manière. Sans se laisser décourager par cet iusuccès, plusieurs marchands anglais s'établirent à Oporto et apprirent aux indigènes la manière de planter et de cultiver la vigne sur les coteaux des collines qui avoisinent le Douro. Cet acte d'entreprise fut la base de ce commerce florissant qui a contribué si grandement au revenu du Portugal et au plaisir de l'Angleterre.

(A suivre).

LA BOISSON FAVORITE D'EDOUARD VII

Du "Figaro":

Savez-vous quelle est la boisson favorite d'Edouard VII, roi de Grande-Bretagne et d'Irlande, empereur des Indes, qui réunit sous son sceptre 450 millions de sujets? le VERY OLD BRANDY, c'est-à-dire l'eau-de-vie de Cognac, liqueur exquise et que seule produit la région privilégiée des Charentes.

La maison John Robertson & Son, Ltd., représente maintenant pour tout le Canada et l'Alaska, la maison Moët et Chandon, d'Epernay, France, pour ses fameux champagnes White Seal, Brut Imperial, etc. La maison Moët et Chandon est connue dans le monde entier; ses exportations se chiffrent par millions de bouteilles chaque année, et la remarquable qualité de ses produits est universellement reconnue.

Nous ne doutons pas que sous la vigoureuse impulsion que MM. John Robertson & Son, Ltd., vont donner à la vente de ce vin exquis, la marque Moët et Chandon ne prenne rapidement sur le marché canadien la place importante qu'elle a su prendre sur tous les autres marchés.

La distillerie Walker a fixé de nouveaux prix pour ses emballages de whisky en fûts. L'augmentation qui est de \$1.00 par fût est due aux prix plus élevés du bois et de la main-d'oeuvre. Les prix nouveaux sont:

Quarts.	\$4.00
½ quarts.	3.50
¼ quarts.	3.00

Par suite de la mauvaise qualité de l'eau et de la rareté de l'Eau de Vichy "Célestins" sur le marché de Montréal, les ventes de l'Eau de Vichy "St-Louis", marque représentée par MM. L. Chaput, Fils & Cie, ont été très importantes. Cette eau extrêmement gazeuse est d'un usage très agréable.

CONTROVERSE AU SUJET DE L'ALCOOL

Le "Lancet" a publié récemment, en faveur de l'alcool, un manifeste revêtu des signatures de seize des médecins les plus distingués de la Grande-Bretagne, ce qui a donné lieu à une controverse qui prend de jour en jour une plus grande importance. Le manifeste contient en substance les deux déclarations suivantes:

"Reconnaissant que les prescriptions d'alcool doivent être régies par les besoins individuels, nous sommes convaincus de la correction de l'opinion qui prévaut généralement depuis si longtemps, à savoir que, dans les cas de maladie, l'alcool est un reconstituant rapide auquel on peut avoir confiance, qui dans nombre de cas peut être décrit comme un véritable préservateur de vie, à cause de son pouvoir à soutenir l'énergie cardiaque et nerveuse; il empêche en même temps l'usure des tissus azotés.

"Comme article de diète, nous soutenons que la croyance universelle du monde civilisé que l'usage modéré de breuvages alcooliques par les adultes est généralement bienfaisant, est amplement justifiée."

Les signataires du manifeste ont exprimé la croyance que ces opinions étaient partagées par les principaux professeurs de clinique et la grande majorité des praticiens. Les partisans de l'abstinence complète s'efforcent maintenant de démontrer que cela n'est pas vrai. Ils font des objections énergiques à la déclaration que le monde civilisé croit universellement que l'usage modéré de l'alcool est une source d'alimentation. Ils disent que cette déclaration est fausse et impudente. Il n'est pas douteux que cette controverse aura un grand retentissement en Amérique.

Les hôteliers et les embouteilleurs trouveront chez MM. S. H. Ewing & Sons, 96 rue King, Montréal, tous les articles dont ils peuvent avoir besoin pour l'embouteillage. Cette maison importe et manufacture des bouchons; elle vend des capsules, du fil métallique, des feuilles d'étain, etc., en un mot tout ce qu'il faut pour la mise en bouteille de la bière, des vins et des liqueurs.

Une liqueur très agréable sur laquelle nous attirons l'attention de nos lecteurs est le "Pur Abricot" manufacturé par G. Viard, de Troyes, France. Cette maison fabrique aussi toute une série de liqueurs fines, Anisette, Marasquin, Viardictine, et elle exporte tous les vins de Bourgogne, Pommard, Pouilly, Corton, etc., vins malheureusement trop peu appréciés ici.

Les agents de la maison G. Viard sont MM. Bernard & Laporte, 253 rue St-Paul, Montréal, qui représentent aussi Galibert & Varon, pour les vins de Bordeaux; Victor Clicquot, pour les vins de champagne; Lucien Foucauld & Co., pour les cognacs; un nom à retenir, le "Medico Tonic," cognac vieux de vingt ans, de la maison Foucauld & Co.

LE ROI des VINS.

DES PRODUITS de CHOIX

Qui se recommandent par
leurs qualités supérieures.

On les Demande Partout

En avez-vous en Stock

**L'HUILE D'OLIVE PURE 'MINERVA'**

Marque "MINERVA"

De la Maison Henri Etienne Boule est accompagnée d'un **Certificat de garantie du Laboratoire Officiel** de Marseille. C'est une huile fine, d'une saveur exquise qu'apprécieront tous les amateurs. Il suffit d'y goûter pour l'aimer.

NE MANQUEZ PAS LA VENTE

de ces marques choisies avec soin et que nous annonçons largement, parce que nous sommes convaincus de leur supériorité incontestable.

Laporte, Martin & Cie, Ltée,

Distributeurs Généraux, Vins,
Liqueurs et Epicerie en Gros.

...Montréal.

La plus capiteuse des
Eaux de Table



Eau Minérale, Naturelle, Pure, Effervescente, Hygiénique, Exquise.

La plus Célèbre des
Bières de Milwaukee



La meilleure "Lager Beer" que vous puissiez souhaiter.



Dans tous les Hôtels, Restaurants, Bars, bien tenus.

LE JUS DE RAISIN NON FERMENTÉ

Des méthodes primitives ont été employées dans l'antiquité pour conserver le jus de raisin à l'état non fermenté; mais, comme à cette époque on ne connaissait pas le procédé de la fermentation, les moyens employés pour conserver le jus de raisin étaient inefficaces ou nuisibles. La relation qui existe entre le germe de vie, la croissance et le dépérissement, la condition saine et la maladie, était inconnue. C'est un des grands progrès de notre époque d'avoir révélé la nature réelle du procédé de la fermentation et d'avoir rendu possible la conservation du jus délicieux du raisin en son état naturel et non fermenté, cela au moyen d'un procédé parfaitement hygiénique nous permettant de profiter tout le long de l'année de ses qualités sanitaires.

Le raisin d'Europe a été un des premiers fruits introduits dans l'Amérique du Nord, mais presque tous les essais faits pour cultiver cette espèce étrangère dans l'Est des Etats-Unis ont été infructueux, ce qui a été dû en grande partie au mildew et au phylloxera, deux insectes originaires d'Amérique. La cause réelle de cet insuccès n'était pas connue alors, mais elle a attiré naturellement l'attention des viticulteurs sur la culture de l'espèce sauvage et plus résistante que l'on trouve dans l'Amérique du Nord. Un cep de vigne indigène appelé "cape grape" fut introduit dans les vignobles. Les variétés "Catawba", "Isabella" et "Diana" donnaient beaucoup de promesses et la première est encore cultivée d'une manière extensive. En réalité, l'introduction de l'espèce "catawba", en 1820, a marqué réellement la deuxième ère dans la viticulture des Etats-Unis. La troisième époque fut marquée par l'introduction du raisin Concord, en 1853, époque où commença la culture profitable et commerciale de la vigne. Tandis que les ceps de vigne indigènes réussissent bien dans l'Est, la vaste surface consacrée aux vignobles, le long du Pacifique, est maintenant plantée de ceps de vigne provenant d'Europe et soumis à une culture scientifique.

Aucun état ne convient si bien à la culture des variétés de raisin les plus belles que la Californie. Cependant, la production du raisin de ce pays est insignifiante quand on la compare avec celles d'Italie, de France et d'Espagne. Des milliers d'acres de terre, sur le versant du Pacifique, qui sont maintenant stériles, pourraient, par l'irrigation et la culture être convertis en vergers et en vignobles donnant un bon rendement. Ce sera un des grands problèmes du siècle prochain de rendre ces vastes déserts utiles à l'humanité.

Le fruit de la vigne est un des produits les plus parfaits du sol. Son excellence est également évidente, que l'on

considère son arôme délicieux ou les nombreux usages auxquels on peut l'employer. Sa grande valeur hygiénique ne dépend d'aucune source extérieure, car les éléments précieux qui s'unissent par une combinaison chimique, pour lui donner cette valeur, sont: le sucre, la pectine, l'albumine, des sels organiques et des acides. Le jus de raisin est particulièrement efficace dans le traitement des affections des organes digestifs, les affections du foie, la dyspepsie et la constipation habituelle. Il a une action favorable sur la scrofule, les maladies des bronches, l'asthme, le trop grand développement de la rate, la fièvre intermittente et les affections chroniques de la vessie. Il est aussi recommandé pour la gravelle, le diabète, la maladie des rognons.

Cependant, la consommation du jus de raisin est très faible comparée à celle du vin. Tandis qu'aux Etats-Unis, on consomme annuellement 50 millions de gallons de vin, on n'y consomme seulement qu'un demi-million de gallons de jus de raisin, soit environ une once par an et par tête d'habitant. La raison pour laquelle la consommation du jus de raisin est si limitée, c'est que son prix est relativement élevé. Une bouteille d'une pinte se détaille à 50 cents, tandis qu'avec la même somme d'argent, on peut se procurer un gallon de bon vin. Un autre fait étrange est que la Californie, l'Etat qui produit le plus de raisin en Amérique, tire son jus de raisin non fermenté de l'Etat de New-York pour la plus grande partie et paie des taux élevés de transport.

Les méthodes actuelles de manufacture, d'emmagasinage et d'expédition du jus de raisin qui est conservé uniquement en bouteilles, contribue aussi considérablement à son prix élevé. L'auteur de cet article a consacré un temps considérable à l'étude de cette industrie et il a mis à point un nouveau procédé par lequel le jus de raisin peut être conservé et expédié en fûts, sans l'usage d'aucun ingrédient de conservation. Par cette méthode, le coût de production, de manipulation et d'expédition est considérablement réduit, car les frais de transport en lots de chars sont d'environ 10 cents par gallon pour toutes les villes de l'Est. Au moyen d'une machinerie moderne pour embouteiller et d'appareils de pasteurisation, les prix actuels du jus de raisin peuvent être réduits d'au moins un tiers.

Il y a un vaste champ ouvert à l'entreprise industrielle pour fournir au public quelque chose d'une valeur réelle ayant des qualités hygiéniques sous forme de pur jus de raisin. Si le public pouvait connaître une bonne fois l'usage de ce tonique naturel, il n'y aurait aucune limite à sa production.

Le développement de l'industrie du jus de raisin donnera un nouvel élan à la viticulture sur les côtes du Pacifique.

LE COMMERCE DE GROS ET LE COMMERCE DE DÉTAIL

Par Nathaniel C. Fowler

La vente des marchandises peut se diviser en deux parties distinctes: la vente en gros et la vente au détail. Le marchand de gros vend en grandes quantités. Ses clients en général ne sont pas compris sous le terme de consommateurs, mais sous ceux de détailliers ou commerçants. Le marchand de gros peut être ou n'être pas un manufacturier. Dans la plupart des cas, ce n'est pas un manufacturier, mais il agit comme intermédiaire entre le manufacturier et le marchand au détail. Eu règle générale, le marchand de gros a un stock considérable de marchandises, soit en entrepôt, soit dans des magasins situés commodément. Ces marchandises ne sont pas étalées sur des comptoirs ou des rayons, comme dans les magasins de détail, la majorité des ventes se faisant sur échantillons; c'est-à-dire que l'acheteur — le détaillier — voit rarement les marchandises qu'il achète avant qu'elles ne soient livrées à son magasin. Quand il les voit, c'est d'après des échantillons.

Les termes "jobber" et "distributeur" sont analogues au terme "marchand de gros". Tous les jobbers et les soi-disant distributeurs sont des marchands de gros, parce qu'ils vendent en gros et que leur clientèle dépend du marchand-détaillier.

Ce dernier, qu'il vende de la viande, de l'épicerie, des nouveautés ou de la vaisselle, achète directement du marchand de gros, du jobber ou du distributeur et parfois du manufacturier, et il vend ces marchandises aux consommateurs en général.

La vente des marchandises comprend donc trois classes distinctes: le manufacturier, qui, avec la matière première, fait un produit fini; le marchand de gros, le jobber ou le distributeur, qui achète ce produit en grandes quantités et le revend au détaillier; le détaillier, qui achète du marchand de gros, du jobber ou du distributeur et vend directement au public.

Dans cet article, je ferai une comparaison des deux commerces, gros et détail, et cette comparaison sera aussi serrée que possible. Si un jeune homme a l'intention de se mettre dans le commerce, il doit être, soit marchand de gros, soit marchand de détail, ou réunir les deux commerces. Etant donné que peu de maisons de gros font un commerce de détail ayant une importance quelconque et que peu de maisons de détail fassent le commerce de gros, il est à peine nécessaire de considérer ces deux catégories de commerce combinées ensemble. J'essaierai donc de traiter les deux sujets d'une manière distincte.

Quatre-vingt-dix-neuf pour cent de nos



MARQUE
"LION"

MARQUE DE COMMERCE

PUTZ TRIPLE EXTRAIT POLI POUR METAUX

Liquide et en Pâte.

Le seul véritable Poli Putz pour Métaux est celui de la Marque "**LION.**" Une fois employé, toujours employé. Empaqueté sous forme liquide ou en pâte.

Dans toutes les épiceries et tous les magasins de quincailleries ou à la

ENGLISH EMBROCATION CO.,

MONTREAL, Que.

LAW, YOUNG & CO.

MONTREAL.

CHAMPAGNE

POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix
sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
Ale & Stout.....Daukes & Co.
Bénédictine.....Benedictine Co.
Bourgognes.....Bouchard père et fils.
Brandy.....Renault & Co.
Cherry Whisky (The Original) Fremy's
Claret et Sauterne.....Nathl. Johnston & Sons.
Crème Cacao Chouva.....A. Droz & Cie.
Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
Gin London Dry....."Gordon's."
Ginger Ale Anglais....."Schweppes."
Lime Juice.....L. Rose & Co.
Liqueurs.....Marie Brizard & Ro
Madère.....Leacock & Co.
Soda Anglais....."Schweppes."
Stout.....Wheeler & Co.
Tarragone.....Louis Quer.
Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
Vin de Malaga.....Crooke Bros.
Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
Vins de Porto et Sherries.."Mackenzie."
Vins du Rhin et Moselle...Koch Lauteren & Co.
Whisky Ecossais....."Kilmarnock."
Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.



Cette Marque Célèbre
Mise en

Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott, Ontario.

"NEW-YORK."

"CANADA."

commerçants en gros font affaires dans les grandes villes. On trouve parfois une maison de gros dans une petite ville centrale de la campagne, mais rarement. Par conséquent, un jeune homme qui désire faire le commerce de gros doit s'attendre à vivre dans une grande ville, non pas nécessairement dans une métropole, mais dans une cité ayant une population considérable et qui soit un centre commercial. Le détaillier se rencontre partout, dans les grandes villes, les petites villes, les villes de campagne et dans les magasins généraux situés au croisement des routes. Le magasin à départements est un établissement de ventes au détail dans toute l'acceptation du terme, quand même son propriétaire ferait des ventes en gros.

Beaucoup de marchands et d'hommes d'affaires croient que le commerce de gros offre au jeune homme de nombreux avantages. Je crois que si l'on faisait voter impartialement des marchands de gros et des marchands au détail, la majorité des votes serait en faveur du commerce de détail, comme offrant plus d'avantages au jeune homme qui est sur le point de se lancer dans une carrière. Mais, bien qu'ayant la majorité des votes contre lui, le commerce de détail n'est pas sans avoir ses avantages, et dans bien des cas, il en a plus que le commerce de gros. Bien que les méthodes employées dans le commerce de gros diffèrent totalement de celles en usage dans le commerce de détail, il n'est aucunement difficile pour un employé d'une maison de gros de se lancer dans le commerce de détail, et vice-versa; par conséquent, ce changement peut être effectué sans beaucoup de pertes matérielles. Toutefois il vaut mieux, toutes choses égales d'ailleurs, s'en tenir au commerce que l'on a entrepris, car tout changement de base pourrait produire des mécomptes.

L'obstacle le plus sérieux que puisse peut-être rencontrer l'employé d'une maison de détail, c'est qu'on ne lui permet pas d'aller au dehors pour y recueillir la clientèle. Il ne peut pas devenir un commis-voyageur. Toutes les affaires qu'il fait, il les fait sans aller les chercher. En d'autres termes, le vendeur d'une maison de détail ne peut pas prendre l'initiative comme le commis-voyageur qui est toujours en relations directes avec les maisons de gros. Le commis d'une maison de détail doit, jusqu'à un certain point, attendre que la clientèle arrive. Sa place est derrière le comptoir et son initiative ne dépasse pas la largeur du comptoir; mais il est quand même dans une situation qui lui permet de retenir la clientèle sans la solliciter.

Beaucoup de personnes, et je ne veux pas parler de ces femmes brouillons qui courent les magasins sans acheter et qui ne valent pas la peine qu'on s'en occu-

pe, font une grande différence entre les vendeurs. Ces personnes achètent. Leur clientèle vaut la peine d'être cultivée et d'être développée. Le vendeur d'un magasin de détail, bien qu'il n'aille pas à la recherche de la clientèle, a une occasion de déployer ses capacités pour retenir cette clientèle. Il est en son pouvoir, non seulement de retenir la clientèle, mais de l'augmenter. Peu de personnes, même parmi les acheteurs les plus expérimentés, savent exactement ce qu'elles désirent acheter. On peut les faire changer d'idée et leur faire acheter quelque chose ayant une ressemblance avec ce qu'elles pensaient désirer, quelque chose de meilleur ou une plus grande quantité de marchandises que ce qu'elles avaient l'intention d'acheter. Voilà où le commis d'un magasin de détail trouve l'occasion de se faire valoir. S'il connaît bien ses marchandises, s'il sait comment elles sont fabriquées, s'il sait aussi le goût des clients, s'il peut donner un avis sur la valeur intrinsèque des marchandises, et de la sorte, aider le client dans son choix, il se formera une clientèle qui sera son capital principal.

On a déjà dit souvent que le public en général vient dans un magasin en raison de la réputation de ce magasin, et non pas à cause des vendeurs. Cela est vrai, mais ne le serait pas si la qualité des vendeurs était à la hauteur de la qualité du magasin ou de celle des marchandises mises en vente. En effet, quatre-vingt-dix pour cent des marchands-détailliers ne savent pas ce qu'ils vendent et n'en ont cure; quatre-vingt-dix pour cent de ces marchands n'ont aucune ambition, sont indifférents, et passeraient plus volontiers leur temps à trouver des défauts dans leur commerce qu'à l'améliorer; en raison de tout cela, l'acheteur dépend plus du caractère général du magasin que de celui des vendeurs. Mais le vendeur intelligent, celui qui travaille pour l'intérêt à la fois du magasin et des clients, celui qui connaît son affaire, à une occasion de faire son chemin, et les occasions qui se présentent à lui, ne sont peut-être pas moindres que celles qui sont offertes à l'employé d'une maison de gros.

Le jeune homme intelligent, honnête, faisant tous les efforts dont il est capable, peut réussir aussi bien dans le commerce de détail que dans le commerce de gros; mais la différence des occasions qui se présentent n'est pas assez sensible pour permettre une comparaison allant au désavantage du commerce de détail.

Le vendeur d'une maison de gros est généralement un commis-voyageur. Une fois qu'il s'est rendu familier avec les marchandises en qualité de commis de magasin, on le met sur la route; dans cette position, il voyage pendant vingt-cinq ans ou davantage, menant la vie la

plus dure, et sujet aux tentations les plus irrésistibles, sans demeure et presque sans patrie. A la vérité, il peut avoir de plus grandes facilités de réussir que l'employé d'un magasin de détail, mais il travaille davantage, non pas nécessairement plus longtemps, mais l'effort d'intelligence qu'il doit faire est plus grand que celui qui est exigé d'un commis d'un magasin de détail. Il n'a pas la chance de prendre soin de lui-même.

Le gérant d'un département de ventes dans une grande maison de ventes en gros, un homme qui a passé vingt-cinq ans comme commis-voyageur, me disait qu'il n'a pas connu un seul commis-voyageur ayant fait ce métier pendant dix ans qui ne soit devenu dyspeptique ou qui n'ait quelque maladie.

Des conversations avec des vendeurs et les renseignements donnés par eux indiquent que mon ami a, sans aucun doute, exagéré un peu; mais, c'est un fait que la vie d'un commis-voyageur ne produit pas une bonne santé, ne donne pas de confort ni le bien-être qui conduit à l'amélioration des citoyens. Je ne donne de conseils, ni contre le commerce de gros, ni contre le commerce de détail. Ce que je conseille doit dépendre quelque peu des occasions et des capacités individuelles. Je crois qu'un jeune homme a plus de chances de réussir dans le commerce de détail, si les occasions sont bonnes, que dans le commerce de gros, si ces occasions ne sont pas aussi bonnes; réciproquement, il arrivera plus probablement à la renommée et à la fortune dans le commerce de gros, s'il a de bonnes occasions, que dans le commerce de détail, si les occasions qui se présentent à lui sont plus médiocres; si ce jeune homme a du sang dans les veines, il réussira dans l'un ou l'autre des commerces.

Toutefois, je conseillerai au jeune homme de la ville qui a l'intention de rester dans la ville, d'entreprendre un commerce de gros plutôt qu'un commerce de détail, pourvu qu'il soit énergique, qu'il ait l'esprit combatif, qu'il ait la volonté de travailler et qu'il ne soit pas facile à décourager. Mais, je ne conseillerai pas au jeune homme de la campagne d'aller dans une grande ville et d'entreprendre un commerce de gros, à moins qu'il n'ait épuisé toutes les occasions que la campagne peut lui procurer.

Le jeune homme de la campagne, de capacités moyennes, bien qu'il ait l'esprit combatif et qu'il soit doué d'énergie, réussit mieux à la campagne, dans le commerce de détail que dans une grande ville. Je ne veux pas dire que le jeune homme de la campagne qui a du caractère et des capacités échouera dans une grande ville, car ce jeune homme réussira, s'il a en lui ce qu'il faut pour arriver au succès; mais je dis que, toutes choses égales d'ailleurs, il réussira bien mieux en res-

BERNARD & LAPORTE

Importateurs des Célèbres
Liqueurs Françaises

Portant la marque **GABRIEL VIARD**, de Troyes, France.

"Pur Abricot," "Viardictine,"	"Marasquin," "Chartreusette,"	"Cacao Shouwa," "Crème de Moka,"	"Curaçao," "Anisette," etc.
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------

Cognacs de la Maison
LUCIEN FOUCAULD & Co.

En Caisses et en Fûts

Les Marques **Medico-Tonic**

— ★ et ★ ★ ★ —

sont les plus populaires sur notre marché. On les trouve en vente dans tous les principaux établissements. Pour Prix et Renseignements, s'adresser aux

— Seuls Agents pour le Canada: —

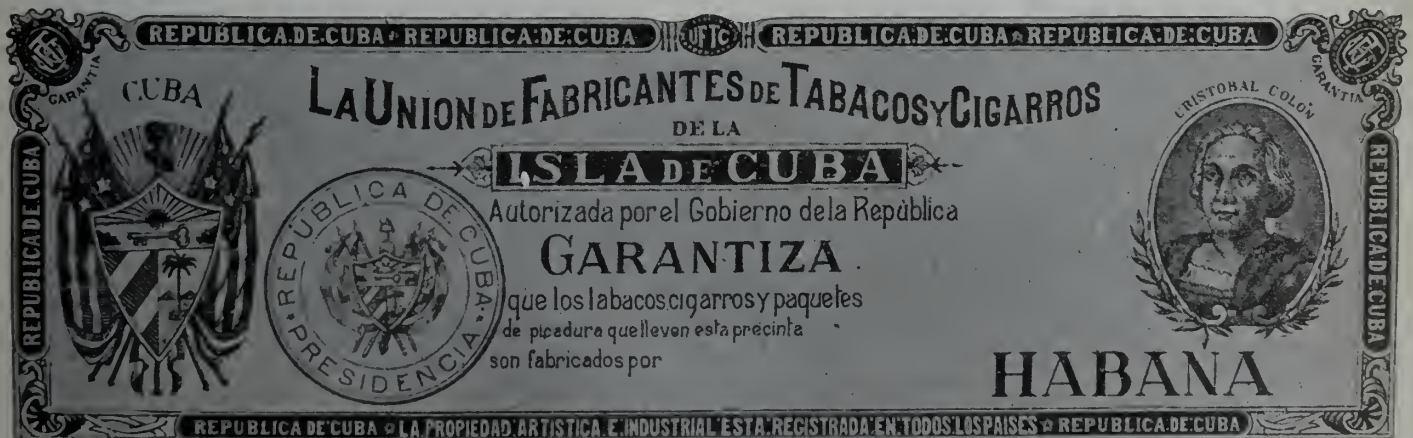
BERNARD & LAPORTE

253-255, rue St-Paul, . . . MONTREAL.

ETIQUETTE D'EXPORTATION DES FABRICANTS DE CIGARES DE CUBA.

Autorisé par le Gouvernement de la République de Cuba.

Le nom du Fabricant ou celui de sa Marque sera imprimé sur l'espace en blanc de cette Etiquette.



DETAILLANTS ET FUMEURS

Veuillez Remarquer que toutes les boîtes de cigares et de cigarettes et tous les paquets de tabac haché portant une copie de l'étiquette de l'**Union**, portent une **Garantie** que leur contenu est un produit **Pur** de la **Havane, Cuba**.

Toutes les boîtes et tous les paquets qui ne portent pas cette étiquette **Peuvent** n'être **Pas** des produits **Véritables** de la **Havane, Cuba**.

Couleurs de l'**Etiquette**:—Noir sur fond bleu pâle.—Couleur du Sceau de la Présidence de la République:—Bleu foncé.

tant à la campagne et en s'améliorant à mesure que la campagne fait des progrès.

Une raison pour laquelle le vendeur au détail est considéré comme inférieur au vendeur en gros, c'est que la majorité des jeunes gens de capacités inférieures, jeunes gens sans ambition, n'ayant aucune aptitude au développement, se dirigent naturellement vers le comptoir. Ils ont peu de souci du lendemain et, quand le comptoir leur offre davantage dès le début, et que la carrière qu'ils entreprennent semble leur être indifférente, ils prennent la position de vendeur dans une maison de détail. A la vérité, le commis de magasin fait concurrence à la demoiselle de magasin, mais cette concurrence n'est pas à l'avantage du premier. Ses convictions ne sont pas nécessairement un "handicap" pour un jeune homme qui a des capacités, de l'ambition et la volonté de travailler et qui ne s'attend pas à réussir facilement. Le vendeur dans une maison de détail occupe une position inférieure à celle du vendeur d'une maison de gros; mais, c'est peut-être une raison pour qu'il y ait plus de facilités dans les rangs des commis de magasin de détail. Il est certain que l'homme qui se tient derrière le comptoir n'a pas à faire face à la même concurrence combative que le commis-voyageur. Par conséquent, s'il a un peu plus qu'une capacité ordinaire, il peut s'élever plus rapidement que son confrère du commerce de gros qui, pendant qu'il est en route, figure dans une course virtuelle où il a plus de chances de faire un faux pas que d'arriver au but.

Le principal avantage du commerce de gros sur celui de détail, c'est que le marchand de gros fait affaires sur des unités plus considérables, couvre un territoire plus grand et entre en contact avec des gens plus divers, dont chacun représente une section différente.

Cela force à un travail d'esprit plus considérable, auquel le commerçant au détail n'a pas l'occasion de se livrer aussi facilement; son champ en effet est limité à sa ville et au territoire adjacent, le marchand de gros est soumis constamment et directement à des conditions plus larges, tandis que le détaillant est quelque peu limité à sa localité.

La vie plus large qui est le privilège du marchand de gros nécessite naturellement des besoins plus grands et des dépenses plus grandes. Le marchand de gros prospère, surtout s'il demeure dans une métropole; bien qu'il soit en contact avec le pays tout entier, et même avec des représentants de maisons étrangères, il a peu de temps pour s'occuper de ce qui ne concerne pas ses affaires. Par conséquent, sa largeur d'esprit peut ne s'appliquer qu'au volume de ses affaires; d'autre part, le marchand au détail situé dans un centre d'affaires de la campagne, a des occasions d'étudier le

progrès qui se font en dehors de son commerce.

Il est très difficile d'aider un jeune homme dans son choix entre le commerce de gros et le commerce de détail. Mon avis est de laisser le jeune homme faire comme il l'entend; mais, ce que je désire lui expliquer, ce sont les avantages et les désavantages des deux genres de commerce. S'il a de bonnes capacités, s'il est énergique, s'il a la volonté de travailler, il réussira partout où il ira. S'il n'a pas d'ambition, s'il est paresseux, s'il n'a pas un caractère saillant, il échouera probablement dans tout ce qu'il entreprendra; par conséquent, peu importe son choix. Tout dépend de lui.

LES AVANTAGES DU SYSTEME

Il produira plus de travail et du travail d'une qualité meilleure.

Il donnera du repos à l'esprit.

Il augmentera l'efficacité du travail, allongera la vie et la rendra digne d'être vécue.

Il entretiendra des habitudes de rapidité, d'exactitude et de décision.

Il permettra à l'homme médiocre de faire plus que d'autres hommes de capacités plus grandes.

Il augmentera le rendement de travail, parce qu'il augmentera votre confiance en vous-mêmes et le respect de vous-même.

Il simplifiera une masse de détails embarrassants et vous donnera la liberté de penser à un travail plus large et producteur.

Il ménagera les résultats de votre travail de telle sorte que vous n'aurez pas à faire ni à refaire plusieurs fois les mêmes choses.

Il augmentera votre confiance en vous-même et par conséquent, augmentera le respect et la confiance que d'autres peuvent avoir en vous.

Il augmentera la confiance des autres en vous, parce que chacun croit en l'homme de système et d'ordre.

Il vous permettra de faire un meilleur usage de votre expérience et vous sauvera des échecs et des désastres commerciaux.

Il vous permettra de trouver immédiatement ce que vous cherchez, au lieu de perdre un temps précieux à cette opération.

Il créera l'habitude de bien faire les choses au lieu de les faire à moitié.

Il fera que vous serez présentable en tout temps, parce que l'homme systématique n'est jamais mal mis et négligé dans sa personne ni dans ses vêtements.

Il entretiendra votre santé en éloignant de vous les ennuis et cette anxiété, qui proviennent de ce que vous ne vous sentez pas à même de vous débarrasser des détails vexants et fatigants.

Il contribuera à rendre l'esprit de

l'homme plus d'aplomb et plus optimiste et, grâce au système, l'avenir ne l'effrayera pas, parce que cet homme sentira qu'il est apte à faire face à toute situation imprévue dans ses affaires.

Un bon système raccourcit la route qui mène au but et chasse de l'esprit des milliers d'inquiétudes et exempte des menus détails et des corvées par lesquels l'homme sans ordre doit passer.

L'homme sans système n'apprend jamais le pouvoir magique du bon ordre. L'esprit ne peut pas travailler d'une manière efficace et économique, sans un programme.

LA SUPERIORITE DES AFFAIRES

Il y a quelque cinquante ans, il fallait du courage à un étudiant d'un grand collège pour dire qu'il allait se mettre dans le commerce, ses études terminées. "A quoi sert un diplôme, lui disaient ses camarades, pour vous livrer au commerce? Un fermier pourrait entrer au collège aussi bien qu'un homme d'affaires". Un jeune homme était alors déconsidéré au collège, quand on savait qu'il allait embrasser une carrière commerciale, et un grand nombre d'étudiants n'osaient pas déclarer ce qu'ils avaient l'intention de faire dans l'avenir, à moins qu'ils ne se destinassent à une des trois grandes professions—droit, théologie ou médecine. On pensait que les collèges n'existaient que pour ces professions. Dans certains collèges, 50 pour cent des diplômés étudiaient le droit, un fort pourcentage, la théologie et la plupart des autres, la médecine.

Ceux qui se destinaient au commerce, surtout au petit commerce, étaient considérés comme des gens d'une classe inférieure, n'ayant aucun rang dans la société, comme cela existe dans d'autres pays. Par exemple, lorsque j'étais en Angleterre, on m'a parlé d'un ordre du département des postes de Londres, défendant aux employés des postes d'ajouter le mot "esquire" au nom d'un homme s'ils avaient quelque raison de croire que ce fût un ouvrier ou un petit commerçant.

Aujourd'hui, les directeurs de nos grands collèges nous disent que décidément les étudiants ont une tendance plus marquée à entrer dans le commerce. En réalité, nos grandes universités et d'autres établissements d'instruction qui considéraient autrefois le commerce comme une carrière vulgaire, établissent maintenant des cours commerciaux, où des conférences sont faites sur les méthodes pratiques d'affaires et où les hommes d'affaires sont invités à parler aux étudiants. Dans tout le pays, on se tourne de plus en plus vers les affaires.

Un changement et une évolution énormes ont eu lieu aux Etats-Unis, surtout pendant le dernier quart de siècle. Au-



Comme Manufacturiers, ~ ~ Non comme Marchands,

Nous pouvons vous fournir des marchandises à des prix aussi bas que le comporte la qualité des articles que vous désirez. Toutes nos marchandises sont *faites au Canada*, et, en vendant directement au consommateur, nous pouvons épargner à nos clients *un tiers* des prix de détail, et nous le faisons.

Notre catalogue illustré gratuit offre un assortiment de *Fournitures de Bars* plus grand que celui que peut offrir toute autre maison au Canada. Demandez-le.

Nous faisons toutes sortes de réparations de Bars.

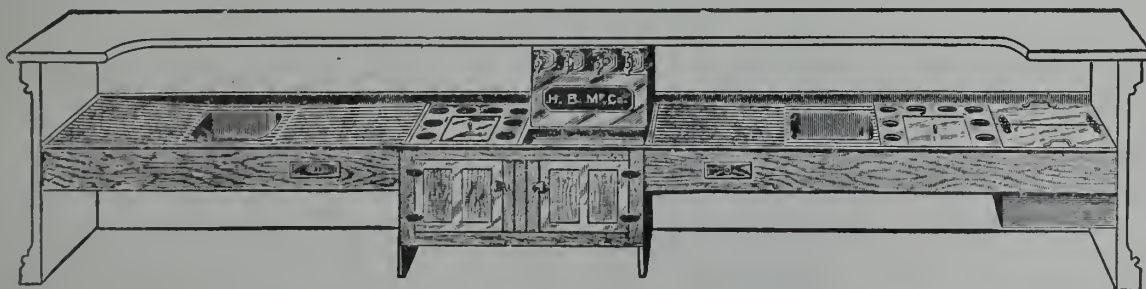
The HAMILTON BRASS Mfg. CO., Ltd.

TELEPHONE BELL MAIN: 3245.

TELEPHONE DES MARCHANDS: 774

773 RUE CRAIG, MONTREAL, QUE.

Bureau Principal et Manufacture : § § § § § § *Hamilton, Ont.*



jourd'hui le commerce règne en maître. Rien n'est plus évident. C'est la première impression de l'étranger qui parcourt l'Amérique. Il n'entend guère parler que d'affaires. Tout est aux affaires—au développement de vastes combinaisons qui surprennent le visiteur. Partout les affaires se développent de telle façon que malheureusement toute autre chose se trouve éclipsée. Nous lisons relativement très peu de chose dans les journaux sur les professions libérales, les beaux arts et les vocations esthétiques. Les affaires règnent en maître. Nous le constatons et nous l'entendons dire de tous les côtés, au point que l'esprit en est étourdi et que l'imagination est frappée de stupeur.

Le mot "affaires" prend une importance croissante de jour en jour, ainsi que de nouvelles significations. Le simple exposé des capitaux investis dans la manufacture, les chemins de fer, les lignes de steamers et le commerce en général forme une histoire qui tient de la fiction. Le stigmate infligé autrefois par une carrière commerciale a complètement disparu et, parmi les gradués des collèges américains, cette année, les plus enviés sont ceux qui embrassent les affaires.

Des milliers d'hommes ayant une profession libérale entrent dans le commerce. Partout nous entendons parler d'hommes qui quittent la chaire, le cabinet d'avocat, la salle d'école pour se livrer au commerce. Un grand nombre d'instituteurs ont quitté leurs écoles, au cours des quelques dernières années pour embrasser des carrières commerciales. Je connais un de ces hommes qui, dégoûté du faible salaire qu'il recevait comme instituteur et du peu d'avenir qu'il avait en perspective, se mit dans les affaires à New-York et est maintenant à peu près millionnaire. Non qu'il n'aimât pas l'enseignement, c'était sa passion et il y réussissait. Mais il trouva qu'il pouvait faire beaucoup plus dans les affaires, où son champ est absolument illimité et pour lui il n'y a pas de comparaison entre les deux carrières. Pour moi, l'enseignement est une des plus belles vocations qui existent; mais les faits sont brutaux et, quand nous voyons partout des hommes qui abandonnent leur profession pour se livrer aux affaires, c'est un fait très significatif.

Est-il étonnant que les jeunes gens tournent leur esprit avide du côté des carrières commerciales, quand ils voient les méthodes lentes, les années d'économie pénible par lesquelles leurs pères réussirent à acquérir simplement de l'aisance, et qu'ils mettent en regard les opportunités remarquables offertes dans le monde commercial d'aujourd'hui.

Pourquoi ne considérerions-nous pas les affaires comme une carrière relevée? Le commerce a été la force de civilisation la plus puissante que le monde ait ja-

mais connue; en effet le commerce a mis en contact les nations, comme rien autre n'a pu le faire, tendant à créer l'harmonie, à développer un langage commun, grâce à nos steamers, nos télégraphes, nos téléphones, et nos chemins de fer. Avant longtemps, il n'y aura plus en réalité qu'un seul pays, car nous arriverons à converser aussi librement avec les peuples étrangers que nous le faisons avec les habitants de nos divers états.

Les affaires règnent en roi; mais elles accomplissent aussi la plus grande mission au monde.

Elles ont appris aux hommes que l'égoïsme conduit fatalement à la perversité et que c'est l'homme qui réussit le mieux qui a le plus de considération pour celui avec qui il fait une transaction, qu'il est avantageux de n'être pas égoïste et que l'égoïsme constitue une politique à courte vue. Pensez combien les affaires ont contribué à élargir l'esprit de l'homme, à le forcer à abandonner ses préjugés—religieux, politiques, géographiques et de races! Les affaires réunissent les hommes de toutes les nationalités et les forcent à vivre ensemble dans la paix et l'harmonie.

Nous commençons à voir que les affaires constituent un grand évangile, qu'elles élèvent les races, que la lutte pour améliorer sa condition tient l'homme dans le droit chemin et le rend meilleur sous tous les rapports. Des millions d'hommes ont été tirés de la sauvagerie, grâce à l'instruction commerciale seule.

Le commerce n'est pas seulement un grand agent de civilisation des nations et des peuples, c'est aussi le plus grand éducateur et le plus grand facteur de développement du caractère. C'est en effet une école perpétuelle, où nous n'allons pas faire des récitation ou écouter des enseignements pendant trois ou quatre heures par jour, mais où nous étudions et pratiquons constamment. C'est une école où l'esprit est toujours tendu, où il n'a pas le temps de se rouiller ou de s'encroûter.

Est-il étonnant que les hommes d'affaires forment la base, le boulevard de notre civilisation? Est-il étonnant qu'en règle générale les affaires développent un plus grand sens commun, alors qu'elles exigent un exercice constant du jugement, et que les hommes d'affaires sont obligés plusieurs fois par jour de faire appel à leur habileté, leur sagacité et leur ingéniosité? Est-il étonnant qu'un appel continu à l'esprit pour en venir à une décision prompt, finale et énergique, pour aboutir au jugement le plus sain, tende à produire nos hommes les plus forts?

La grande majorité de nos hommes d'affaires prospères ont débuté jeunes et pauvres. Ils sont arrivés au développement gigantesque de leurs entreprises

parce qu'ils ont été forcés pendant de nombreuses années, de lutter contre la pauvreté, de mesurer leurs forces contre des obstacles innombrables. Leur indépendance, leur confiance en eux-mêmes, leur jugement, leur tact, toutes leurs autres facultés ont été mis en jeu pendant nombre d'années jusqu'à ce qu'ils aient assis leurs affaires sur une base solide.

L'homme d'affaires se fait remarquer par son bon sens instinctif, parce qu'il a été à l'école du bon sens, à l'école du bon jugement pendant des années et des années: il en est résulté une faculté de sage discernement et de vigoureuse décision. Les affaires sont comme un grand gymnase qui produit et développe les muscles les plus forts et les plus fermes. Il n'y a là ni fantaisie, ni théorie. Les hommes ont à faire face à des faits bruts, à des réalités rigoureuses, à des conditions inflexibles, dépourvues de toute futilité et qui ne présentent qu'une matière brutale.

Il faut une puissance d'esprit d'un ordre élevé pour conduire une importante maison d'affaires aujourd'hui, et il n'est pas d'autre entraînement égal à celui que subit l'homme qui est dans les affaires. Il doit créer quelque chose de nouveau tous les jours pour faire face aux conditions qui varient. Il ne peut pas compter sur d'autres ou être simplement un imitateur, un plagiaire. Le commerçant apprend à ne compter que sur lui-même. Rien ne développe plus rapidement une indépendance virile que l'apprentissage des affaires. Toutes les facultés de l'esprit sont mises en jeu. Dans une réunion d'hommes de toutes les catégories, il n'est pas difficile de désigner l'homme d'affaires au sens commun, à l'esprit fort. Quand celui-ci prend la parole, il va droit au but, sans prendre de moyens détournés. Il n'émet pas une quantité de théories. L'homme de profession peut vous dire ce qui pourrait produire des résultats, mais l'homme d'affaires vous dit ce qui les produira.—[Success.]

Nous apprenons que les vins de la maison Storemonth, Tait & Co., d'Oporto, vont incessamment être placés sur le marché de Montréal tout embouteillés, sous la marque "House of Lords".

Cette maison est la seule qui ait le privilège exclusif de la fourniture des vins de Porto en fûts à la Chambre des Lords d'Angleterre.

Cette excellente maison est représentée ici par MM. L. Chaput, Fils & Cie.

Parmi les spécialités de la Hamilton Brass Manufacturing Co, il en est une qui, à cette saison, devrait intéresser tous les hôteliers: c'est la machine à nettoyer les tuyaux de bière. La Hamilton Brass Mfg. Co., donnera à tous ceux qui voudront bien les lui demander tous les renseignements concernant cette machine dont l'emploi est, pour ainsi dire, une nécessité.

Le Vin Saint-Martin



Le Commerce a intérêt à s'approvisionner dès à présent de ce fameux
Tonique Reconstituant,
Le plus ANCIEN des VINS MEDECINAUX,

LE VIN SAINT-MARTIN

Le plus agréable, le plus généreux des Vins,
Se recommande particulièrement aux personnes
souffrant de

Faiblesse, Anémie, Pâles Couleurs, Amaigrissement,
Epuisement, suites des Fièvres ou de Grippe

Il n'y a pas de vin "aussi bon" que le VIN SAINT-MARTIN.
Il n'y a pas de vin aussi efficace que le VIN SAINT-MARTIN.
Il n'y a pas de vin qui égale le VIN SAINT-MARTIN.

Nous créons LA DEMANDE,
Vous faites LA VENTE
Et en avez LE PROFIT.

Distributeurs Généraux :

Maison FOURNIER-FOURNIER, Limitée,
ST-HYACINTHE, P.Q.

Des Enseignes Distinctes, des Tickets de Prix et des Cartes d'Étalage....

donnent du caractère à votre magasin. C'est une sorte
de Marque de Commerce, pour ainsi dire. Pourquoi ne pas
adopter un genre presque aussi parfait que possible?

Nous sommes des spécialistes dans ce genre de travail,
et nos idées sont gratuites pour toute personne qui
désire être traitée sérieusement.

Vous pouvez avoir gratuitement notre brochure "Why Signs Pay."

The Martel-Stewart Co., Ltd. Montréal, Can.

S. H. Ewing & Sons, Importateurs et
Manufacturiers de

BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de
broche d'embouteilleurs, d'Étain en feuilles,
de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522

Avez-vous
Essayé les

Cocktails Saratoga

"Manhattan,"
"Club Whisky,"
"Brandy,"
"Holland."

Les seuls Cocktails de ces mar-
ques faits au Canada.

En vente chez tous les marchands
de Liqueurs en gros.

Escomptes spéciaux aux
maisons de gros.

AGENTS POUR LA PUISSANCE.

D. McMANAMY & CO.

Marchands de Liqueurs en Gros

SHERBROOKE, QUE.



REVUE GENERALE

MM. J. M. Douglas & Co., nous avisent que la saison est des plus satisfaisantes; les whiskies de John Dewar & Sons, Ltd., ont toujours le même succès. La demande est exceptionnellement bonne aussi pour le London Dry Gin et le Old Tom Gin de Burnett, tous deux si bien connus pour leur remarquable finesse d'arôme.

* * *

M. Otto Zepf, de la Freyseng Cork Co., Ltd., nous rapporte que les affaires sont satisfaisantes. Par suite de la hausse des matières premières sur les marchés primaires, en Espagne principalement, les prix de vente des bouchons sont augmentés sur toute la ligne.

* * *

Nous sommes avisés qu'un changement va avoir lieu dans les prix des excellents vins de champagne de la maison G. H. Mumm & Co. que représentent au Canada MM. S. B. Townsend & Co.

* * *

La Hamilton Brass Manfg. Co., Ltd., rapporte une grande activité dans les affaires du printemps. Plusieurs nouvelles installations luxueuses sont en train pour des hôteliers qui déménagent au 1er mai ou se réinstallent en neuf.

* * *

MM. Law, Young & Co. nous avisent que les affaires sont très actives. Les prix de leurs diverses spécialités, whiskey William Jameson; vermouth français Noilly-Pratt & Co; vermouth italien Freund, Ballor & Co.; sherries de MacKenzie & Co. Ltd.; vin de Porto, de Sandeman & Co.; liqueurs de Marie Brizard & Roger, Benedictine, etc., restent les mêmes.

Les paiements sont bons.

* * *

La maison L. Caput, Fils & Cie., nous informe que l'état de la température a un peu ralenti les demandes qui néanmoins sont bonnes. Les paiements sont satisfaisants.

La vente des bières commence à augmenter; la vente des vins est moyenne sauf pour les Portos et les Sherries.

PERSONNEL

—M. A. Devoyau, propriétaire du Union Bar, à l'angle des rues St-Charles-Borromée et Ste-Catherine, déménage au premier mai et transporte son établissement rue Saint-Laurent, près de la rue Sainte-Catherine. La nouvelle installation qui sera absolument de premier ordre, a été commandée à la Hamilton Brass Manfg. Co. Ltd., qui achève actuellement pour M. A. Devoyau, un superbe "work board" en métal blanc.

—M. W. Ireland, représentant de la Freyseng Cork Co., Ltd., est actuellement dans les Provinces Maritimes pour un voyage de trois mois.

—MM. Papillon et Ménard, propriétaires de l'hôtel Carré Viger, renouvellent l'installation de leur bar.

Le nouveau matériel est commandé à la Hamilton Brass Manfg. Co. Ltd.

—M. H. O. Wooten, gérant général de John Robertson & Son, Ltd, pour le Canada et les Etats-Unis, est de retour de Vancouver. Il passera environ quinze jours à Montréal et sera de nouveau à Vancouver pour le premier mai.

—M. A. MacLean, représentant de John Dewar & Sons, Ltd., qui visite dans le monde entier les agences de sa maison, est actuellement au Canada dans les intérêts de cette firme.

Un gin qui est maintenant très apprécié au Canada est le "Sloe Gin." La maison L. Chaput, Fils & Cie, représente pour ce produit la maison Cold & Co., de Londres, dont les Gins sont absolument supérieurs bien que leurs prix soient plus bas que ceux de beaucoup de leurs concurrents.

La maison Comandon & Co., met sur le marché une nouvelle qualité de Cognac appelée Réserve 1878. L'année 1878 est célèbre dans toutes les Charentes pour l'exceptionnelle qualité des eaux-de-vie de sa récolte. Cet article se recommande donc aux connaisseurs.

Les agents de Comandon & Co., sont MM. S. B. Townsend & Co.

Lunch du Lord-Maire

Au lunch offert par le Lord-Maire de Londres aux Premiers Ministres des Colonies, au Guildhall, le 10 avril, le champagne "Dry Monopole" avait été choisi spécialement.

FAITES BIEN VOTRE TRAVAIL

Le travail bien fait donne un sentiment de vive satisfaction à celui qui le fait, satisfaction qui est souvent la principale récompense de ce travail. Il n'est pas nécessaire que l'on vous dise que votre travail est mal exécuté ou fait très habilement. L'ouvrier sait ce qu'il a produit. Sa conscience est juge en la matière et ne le trompe jamais sous ce rapport.

Il y a aujourd'hui des hommes d'affaires, des hommes qui remuent les millions, qui pourraient passer leur temps à voyager autour du monde à la recherche du bonheur, qui ont le plus grand plaisir à accomplir leur tâche quotidienne et sont contents d'avoir à le faire.

Le bonheur se ressent intérieurement, il n'a pas de causes extérieures.

Un homme n'est réellement heureux que lorsqu'il est satisfait de lui-même, quand il éprouve la satisfaction d'une vie probe, d'actions honnêtes, du mal évité.

Il est facile de dire "ne vous tourmentez pas", mais il est difficile pour beaucoup de gens d'éviter les tourments. Cependant à mesure qu'on avance en âge, qu'on a toujours le passé présent à l'esprit et qu'on remarque les événements qui se succèdent dans la vie — perte de situation, perte d'un être qui nous était cher ou tout autre malheur apparent — on s'aperçoit tôt ou tard que tout est pour le mieux.

Nous pouvons, et certainement nous devrions faire le meilleur usage de nos aptitudes. Il est convenable et nécessaire que nous prévoyions autant que possible les éventualités; mais cela fait, il n'y a pas lieu de se tourmenter.

Nous n'avons que des rôles secondaires à jouer dans ce monde et la Providence qui nous dirige est le mieux à même de prévoir nos besoins.

Jouez de votre mieux le rôle qui vous est dévolu, de manière que l'honneur en rejaille sur vous et sur ceux avec qui vous êtes associé.

Agissez ainsi et reposez-vous du reste sur la Providence.



(Enregistré.)

== VENDEZ LE ==

GIN DE BURNETT

"LE LONDON DRY ORIGINAL,"

== Absolument le plus Fin! ==

J. M. Douglas & Co., Seuls Agents au Canada. Montréal.

JOSEPH E. SEAGRAM, — DISTILLATEUR DE —
Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

"Old Times," "White Wheat," "No 83 Rye," "Star Rye."

MEAGHER BROS. & CO., Montreal, Agents.

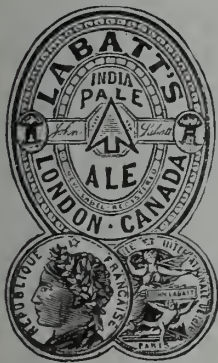
Ale et Porter de Labatt

IL VAUT MIEUX, DANS L'INTÉRÊT DE VOTRE COMMERCE, NE TENIR QU'UNE SEULE MARQUE (ET LA MEILLEURE) QUE D'ESSAYER DE TENIR EN STOCK QUATRE OU CINQ MARQUES, DONT AUCUNE NE DONNE RÉELLEMENT SATISFACTION À VOS CLIENTS.

Les

Labatt's

== SONT LES MEILLEURS ==



LES MEILLEURS
BREUVAGES DE MALT :

Tous les consommateurs
critiques l'admettent.

LES CAUSES DE LA PROSPERITE

C'est devenu chose banale que de parler de l'ère de prospérité que nous traversons, prospérité plus grande et de plus longue durée que tout ce qu'on aurait pu imaginer; mais ni les hommes d'affaires, ni les économistes n'ont encore pu l'expliquer d'une manière satisfaisante. Nous n'avons aucune règle certaine qui nous permette de préjuger l'avenir d'après cette prospérité.

Le travail et la propriété foncière, la population et le capital—voilà ce qui contribue à faire la richesse d'un pays. Une population de la bonne catégorie donne la valeur—c'est-à-dire fait la demande; l'épargne—c'est-à-dire le capital—permet au travail des entreprises qui, autrement, ne pourraient pas avoir lieu ou seraient exécutées beaucoup plus lentement. Il faut donc avoir la propriété foncière et le travail.

Tout cela semble simple et élémentaire, dit "World's Work". Cependant il y a eu des époques où nous avons eu des travailleurs inoccupés et où il y avait moins de propriété foncière pour chaque homme que maintenant; souvent nous avons eu du capital improductif, les capitalistes craignant de le risquer. Il faut donc qu'il y ait autre chose que le travail, le capital, la propriété foncière et la population pour produire une telle prospérité. Quelquefois nous appelons confiance cette autre chose, et en l'appelant ainsi nous ne sommes pas loin de la véritable explication. Car qu'est-ce qui entretient notre confiance? Vous pouvez avoir toute la confiance possible, mais vous n'achetez des marchandises que si vous en avez besoin et si vous avez l'argent nécessaire; vos besoins ne se créent pas et l'argent ne tombe pas dans votre poche simplement en raison de votre disposition d'esprit ou de celle du public. La raison est plus profonde.

Une explication plausible et acceptable de la prospérité dont nous jouissons, c'est que, pour la première fois au cours des huit ou dix dernières années, nous avons acquis une connaissance approfondie du mécanisme moderne de la production et des moyens de transport. Nous faisons plus d'ouvrage, nous nous sentons plus sûrs de nous-mêmes. Nous faisons produire davantage à un acre de terre; nous exploitons mieux nos mines et aussi hélas! nos forêts; nous avons amélioré notre machinerie et nos procédés de manufacture; nous sommes plus en contact avec le reste du monde, nous nous tenons plus en rapport les uns avec les autres; nous avons organisé l'industrie plus économiquement et plus efficacement; nous recueillons maintenant le bénéfice de tout le travail préparatoire et d'organisation que nous avons fait pendant les quelques décades qui ont précédé la dernière. N'est-ce pas là une bonne explication basée sur l'économie?

Si cette explication est fondée, la continuation de la prospérité dépend de l'emploi économique du travail, du capital et de la propriété foncière, plutôt que de la quantité de ces trois choses. Si nous pouvions concevoir une société dans laquelle chaque homme et chaque dollar économisé produisent quelque chose ayant une valeur réelle, il n'y aurait pas de panique ni d'époques dures à passer. C'est approximativement ce que nous semblons faire maintenant. Mais chaque fois que nous faisons produire à notre capital et à notre travail quelque chose qui n'a pas de valeur réelle et actuelle ou qui n'a que peu de valeur, nous pouvons nous attendre à un amoindrissement de la prospérité. La question peut être envisagée sous plusieurs faces, ce n'est pas douteux; mais une de ces faces est celle du travail producteur, fait sagement ou dans une mauvaise direction.

INCONVENIENT DES CHANGEMENTS TROP FREQUENTS

Des changements fréquents de patrons ou de lignes constituent la plus grave erreur qu'un vendeur puisse commettre. Il y a aujourd'hui de nombreux commis-voyageurs qui pourraient gagner deux fois plus d'argent qu'ils n'en gagnent, s'ils s'en étaient tenus à la même ligne; mais ils se sont laissés tenter par une légère augmentation de salaire, ont changé leur ligne de vente et s'en repentent. Les relations acquises dans un territoire donné, la connaissance d'une ligne de haute catégorie et la confiance que les commerçants ont en lui, voilà le plus grand capital d'un vendeur; tout changement en diminue la valeur.

Il arrivera, toutefois, un moment où un changement sera nécessaire, mais ce changement ne devrait être fait qu'après y avoir mûrement réfléchi et avec l'idée d'établir de nouvelles relations permanentes, dit H. J. Haysgood, dans un magazine. En changeant de maison, un vendeur doit considérer avec soin la situation de la maison dans laquelle il désire entrer, la manière dont elle traite ses clients; il doit chercher à savoir si ses marchandises sont bien connues et l'étendue de la publicité qu'elle fait. Aucun salaire, si élevé fût-il, ne devrait le tenter d'offrir dans un territoire où il est connu des marchandises auxquelles on ne peut se fier; agir ainsi serait détruire la confiance que ses clients ont en sa bonne foi. Il vaut mieux que le vendeur reste où il est, à moins qu'il ne puisse changer de maison pour améliorer sa situation d'une manière permanente.

Quand un vendeur s'est bien rendu compte qu'un changement lui serait profitable, il devrait faire tous ses efforts pour trouver une nouvelle situation avant d'abandonner celle qu'il occupe. Aux yeux de presque tous les patrons, un homme qui a un emploi à une valeur plus grande

d'au moins 25 pour cent que celui qui est sans emploi. Quand un homme peut dire: "En ce moment je suis employé et je m'acquitte de mes devoirs à la satisfaction de mon patron", et qu'il donne de bonnes raisons à l'appui de son désir de changement, il possède la clef qui ouvre un grand nombre de positions de premier ordre.

Par leurs très nombreuses relations, les vendeurs sont plus à même d'entendre parler d'opportunités qui s'offrent à eux que peut-être toute autre classe d'hommes. Des maisons tenant la même ligne que la leur leur sont ouvertes. Les gérants de ventes sont toujours heureux d'avoir à s'occuper d'hommes à l'emploi de leurs concurrents; si votre travail a été au-dessus de la moyenne, vous serez surpris de constater tout ce qu'ils savent à votre sujet.

L'huile d'Olive "Minerva"

Est une huile d'Olive strictement pure, embouteillée sous la surveillance des inspecteurs du Laboratoire Officiel de Marseille et qui est accompagnée d'un certificat de garantie de pureté. Tous les hôtels et restaurants qui en ont fait l'essai s'en sont déclarés enchantés. La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, a l'agence de cette huile exquise en Canada.

Populaire: le Scotch E. S. L.

Il s'est bu des quantités de Scotch E. S. L. de Mitchell, cet hiver: la qualité y est; le goût en est délicieux. La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal a l'agence générale du Scotch Mitchell au Canada.

Le vin Royal

Il remporte les honneurs du marché Canadien, le Champagne Piper Heidsieck, brut ou sec. La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, le vend en pintes et en chopines et les ventes en progressent rapidement. C'est un vin de choix!

Lager "High Life" de Miller

La bière du jour: La grande actualité: elle a des rivales; elle n'a pas de supérieures. Limpide et d'un jaune d'or, elle est agréablement stimulante et bien-faisante à l'estomac.

Toujours en grande vogue

Mais une vogue qui ne fait que s'accroître: "Hiawatha", la plus riche en sels minéraux, la plus effervescente des Eaux de Table, naturelle et pure, se boit comme un verre de Champagne, c'est-à-dire avec un plaisir toujours nouveau. En avez-vous encore en stock? C'est la maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, qui a l'agence de cette eau justement fameuse.

La maison L. Chaput, Fils & Cie., a comme toujours un stock important de champagne Louis Roederer, de Cognac Boulestin, et de whiskey de James Ainslie & Co.

Ces messieurs attendent incessamment une consignment de Quinquina Dubonnet, et une autre des liqueurs de Chastenet & Frères, de Bordeaux. Cette dernière maison fabrique spécialement les liqueurs fines, entre autres le Strawberry Brandy, l'Apricot Brandy et la Crème de Menthe.

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE

	La cse
Ed. Pernod (3)	14.50
Gemp. Pernod (14)	13.50
Pernod Fils (12)	15.00
Legier Pernod (13)	14.50

AMERS

Amer Picon (12)	11.00
L. C. F. C. (1)	La cse
Jamaica	pts. 5.50
Celery	pts. 5.50
Unicorn (13)	La cse
Orange	qts. 7.00
Angostura	" 5.75
Celery	" 5.75
Jamaica	" 5.75

APERITIFS

Dubonnet (1)	La cse
Litres	10.00
Tot (14)	8.00

BIERES

Bass' (4)	qts. pts.
E. & J. Burke's Bottling.	2.65 1.65
Bass' (4)	qts. pts.
C. G. Hibbert's Bottling	2.65 1.65
Bass' (3)	qts. pts.
Read Bros. Dog's Head.	2.65 1.70
Bass' (14)	qts. pts.
Monkey Brand	2.50 1.60
Monkey Brand, Nips	\$1.10
Bass' (6)	qts. pts.
Boar's Head.	2.65 1.65
Bass & Co. (6)	In wood.
Hhds	40.00
Bbbs	28.25
India Pale, Kilderkins	15.09
India Pale, Firkin	8.90
Machen & Hudson (5)	qts. pts.
Marque "Beaver"	2.50 1.55
Pabst (1)	Pints
Export, 10 doz.	12.75
Blue Ribbon, 10 doz.	13.75
Tennants (6)	2.50 1.65

BIGARREAUX

L. A. Price (1)	qts. pts.
Bigarreaux au Marasquin	8.00 9.00
Teyssonneau (12)	
Bigarreaux au Marasquin.	10.00 6.00

BOURGOGNES BLANCS

Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.
Chablis..	8.00 9.00
Chablis, 1889..	11.75
J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.
Chablis ..	11.50 12.50
F. Chauvenet (15)	
Montrachet [marq. Gulche]	20.00 10.00
Chablis Supérieur..	7.25 8.25
W. D'Arcourt & Cie (13)	qts. pts.
Chablis ..	7.25 8.00
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	qts. pts.
Chablis..	8.50 9.50
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.
Chablis..	8.00 9.00
Jules Régnier & Cie (14)	qts. pts.
Chablis Supérieur..	8.00 9.00
Chablis Moutonne..	10.00 11.00
Clos Blanc de Vougeot..	19.00 20.00

BOURGOGNES MOUSSEUX

Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.
Beaune..	16.00 17.00
Nuits..	18.00 19.00
F. Chauvenet (15)	qts. pts.
"White Cap" [blanc]	23.00 25.00
"Pink Cap" [rose]..	23.00 25.00
"Red Cap" [rouge]..	22.00 24.00
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	qts. pts.
Nuits — rouge..	17.00 18.50

BOURGOGNES ROUGES

Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.
Macon..	6.50 7.50
Beaujolais..	8.00 9.00
Beaune..	8.00 9.00
"Club" ..	8.00 9.00
Pommard..	9.00 10.00
Nuits..	11.00 13.50
Chambertin..	16.00 17.00
Clos de Vougeot..	20.00 21.00
J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.
Beaune..	1889.. 9.00 10.00
Pommard..	1887.. 11.50 12.50
Volnay..	1889.. 13.75 14.75
Chambertin..	1887.. 18.00 19.00
F. Chauvenet (15)	qts. pts.
Clos-de-Vougeot..	25.50 26.50
Chambertin..	18.50 19.50
Romanée..	18.50 19.50
Corton [Clos-du-Rol]..	15.50 16.50
Nuits..	13.00 14.00
Volnay..	12.50 13.50
Pommard..	11.50 12.50
Beaune..	10.00 11.00
Moulin-à-Vent, Macon vieux	
Supérieur..	9.00 10.00
Beaujolais..	7.00 8.00
Macon [Choix]..	6.50 7.50
W. D'Arcourt & Co. (13)	qts. pts.
Macon ..	4.90 5.75
Pommard ..	5.65 6.50
Nuits St-Georges ..	7.25 8.00
Chambertin ..	8.50 9.50
A. Lalande & Cie (5)	qts. pts.
Macon..	4.40 5.40
Beaujolais..	5.00 6.00
Beaune..	6.00 7.00
Pommard..	6.60 7.60
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	qts. pts.
Beaujolais..	6.25 7.25
Macon..	6.50 7.50
Beaune..	6.75 7.75
Pommard..	8.50 9.50
Nuits..	13.00 14.00
Chambertin ..	16.50 17.50
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.
Beaujolais..	6.00 7.00
Macon..	6.50 7.50
Beaune ..	7.00 8.00
Pommard ..	8.50 9.50
Nuits ..	10.50 11.50
Chambertin ..	15.00 16.00

CHAMPAGNES

Ackerman-Laurance (15)	qts. pts.
"Dry-Royal" ..	15.75 16.75
½ pts. paniers 1 doz ; pa-	
quets de 4 paniers..	18.00
Victor Clicquot (10)	qts. pts.
Extra Dry & Brut ..	28.00 30.00
Fleur de Sillery ..	20.00 22.00
Marechal, Comte d'Erlon.	13.00 15.00
Cluny, Père & Fils (13)	qts. pts.
Extra Dry ..	20.00 22.00
Comte de St-Aubin (13)	qts. pts.
Extra Dry ..	12.00 13.00
Duc de Montlouis (1)	qts. pts.
Cuvée Réservee ..	10.00 11.00
Carte Noire ..	12.50 13.50
Carte D'or ..	14.00 15.00
Louis Duvau (5)	13.50 15.00
Gratien & Meyer (14)	qts. pts.
Caisses ou paniers ..	13.00 14.00
Heidsieck & Co. (5)	
Dry Monopole ..	31.00 33.00
Mcet & Chandon (7)	qts. pts.
White Seal ..	28.00 30.00
Brut Imperial ..	31.00 33.00
G. H. Mumm & Co. (6)	qts. pts.
Extra Dry..	28.00 30.00
Selected Brut..	31.00 33.00
Selected Brut .. 1898..	32.00 34.00

Selected Brut .. 1895..	38.00 40.00
Extra Dry, paniers 1 doz. ¼ B.	8.50
Extra Dry, paniers 2 doz. ¼ B.	17.00
Louis Roederer (1)	qts. pts.
Grand Vin sec ..	28.00 30.00
Vin Extra sec ..	28.00 30.00
Brut spécial Cuvée ..	30.00 32.00
Ve Pommery, Fils & Cie (12)	qts. pts.
Sec, ou Extra Sec..	28.00 30.00
Brut [vin naturel]..	30.00 32.00

CLARETS

Barton & Guestier (4)	qts. pts.
Floirac ..	5.00 6.00
Medoc..	5.25 6.25
Margaux..	5.50 6.50
St-Julien..	6.00 7.00
Bataille..	9.50 10.50
Pontet Canet..	11.00 12.00
Château Leoville..	20.00 21.00
Château Larose..	20.00 21.00
Château Margaux..	24.00 25.00
Château Lafitte..	24.00 25.00
Bordeaux Claret Co. (14)	qts. pts.
Côtes ..	2.50 3.50
Bon Paysan ..	2.60 3.60
Bon Bourgeois..	3.00 4.00
St-Julien..	3.50 4.50
Montferand..	4.00 5.00
Château Brûlé ..	5.00 6.00
St. Estèphe ..	6.00 7.00
Pontet Canet ..	8.00 9.00
J. Calvet & Co. (6)	qts. pts.
St-Vincent..	3.50 4.50
Medoc..	4.50 5.50
Floirac..	5.00 6.00
Margaux..	5.50 6.50
Château Lascombe (1)	qts. pts.
Margaux ..	2.25 3.00
Faure Frère (3)	qts. pts.
Bon Bourgeois ..	3.00 4.00
Côtes ..	3.50 4.50
Bon-Ton ..	4.00 5.00
St-Emilion ..	4.50 5.50
Ch. Dugay..	6.00 7.00
Floirac ..	4.50 5.50
Medoc ..	5.00 6.00
Margaux ..	5.50 6.50
St-Julien ..	6.00 7.00
Pontet Canet ..	9.00 10.00
Château Gruaud Larose ..	12.00 13.00
Côtes.. le gallon.	1.00
Galibert & Varon (10)	qts. pts.
Medoc ..	4.00 5.00
St. Emilion ..	5.00 6.00
St. Estèphe ..	6.00 7.00
Paulliac ..	7.00 8.00
St. Julien, Margaux ..	8.00 9.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts. pts.
St-Julien ..	2.50 3.00
St-Estèphe..	3.00 3.50
A. Guilhou Frère Aîné (13)	qts. pts.
Bas Médoc ..	3.50 4.00
St-Estèphe ..	4.00 4.50
St-Julien ..	6.00 7.00
Pontet-Canet ..	6.50 7.50
Chat-Bataille ..	7.75 8.75
Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts. pts.
Ordinaire..	4.00 5.00
Château Chamfleuri..	4.00 5.00
St-Loube..	4.75 5.75
"Club" ..	5.00 6.00
Medoc..	5.50 6.50
Margaux..	5.75 6.75
St-Julien..	6.00 7.00
St-Estephe..	7.00 8.00
Château Dauzac..	9.50 10.50
Pontet Canet..	11.00 12.00
Margaux Supérieur..	11.00 12.00
Château Beaucaillou..	15.00 16.00
Château Leoville ..	19.00 20.00

Château Larose	19.00	20.00
Château Margaux.. . . .	20.00	21.00
Château Lafitte.. . . .	21.00	22.00
A. Lalande & Cie. (5)	qts.	pts.
1893 Medoc.. . . .	4.40	5.40
1890 Floirac.. . . .	4.40	5.40
1889 St-Julien.. . . .	4.80	5.80
1893 St-Emilion.. . . .	5.20	6.20
1890 St-Estephe.. . . .	5.20	6.20
1889 Château Pontet Canet..	6.80	7.80
1889 Château Leoville.. . . .	11.00	12.00
1889 Château Lafitte.. . . .	14.00	15.00
Léon Pinaud (4)	qts.	pts.
St-Julien	2.50	3.50
G. Pradel et Cie (2)	2.75	3.25
P. Vernot (2)	2.75	3.25

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co. (14)	La cse
Manhattan, Martini, Tom Gin,	
Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	
rican.. . . .	9.50
G. F. Heublein Bros. "Club" (5)	
Manhattan, Martini, Whiskey,	
Vermouth, Old Tom, ou assortis.	12.75
D. McManamy & Co.'s (18)	La cse
"Saratoga" Manhattan Club Whis-	
key Brandy, Holland Gin	8.25

COGNACS

J. Bern et Cie (13)	La cse
3 Etoiles, Etiquette dorée .. qt.	7.75
3 Etoiles, Etiquette bleue .. qt.	7.50
Bisquit, Dubouché & Cie (5)	La cse
★	qt. 9.50
10 years old.. . . .	qt. 12.25
Old Liqueur. . . 20 years old, qt.	16.00
V. V. S. O. P., 55 years old, qt.	45.00
Au gallon.. . . .	4.00 @ 10.00
J. Borianne (3)	La cse
X X X	7.50
Au gallon.. . . .	3.75 @ 4.75
Jos. Brémond & Co. (14)	La cse
★★★	quarts 5.50
★★★	flasks 6.50
★★★	½ flasks 7.50
Boulestin & Cie (1)	1 cse 5 cses
★★★	qts. 10.50 10.25
★	qts. 12.00 11.75
★ Fluted	qts. 12.00 11.75
★ Fluted	pts. 13.00 12.75
★ Fluted	24 flasks 13.00 12.75
★★★	qts. 15.00 14.75
V. S. O. P.	qts. 20.00 19.50
V. V. S. O. P.	qts. 28.00 27.50
1846	qts. 45.00
Boutelleau, Fils & Cie (14)	La cse
V. S. O. P. 1858	qt. 18.00
Doctor's Special.. . . .	qt. 11.00
V. O. 1875	qt. 13.50
V. V. S. O. P. 1820	qt. 30.00
Marie Brizard et Roger (13)	La cse
Fleur de France, 1 fleur .. qts.	10.00
Fleur de France, S.O.P. . . . qts.	16.00
Fleur de France, C.V. 1858 qts.	25.00
Carlat & Co. (14)	La cse
Quarts	6.50
Pints	7.50
Jules Coadon & Co. (6)	La cse
12 quarts.. . . .	8.00
24 flasks	9.00
Au gallon	3.90 @ 4.50
Cognac Distillers Association (14)	La cse
★★★	vieux.. . . 8.50
V. O.	12 ans. . . 12.00
V. S. O. P.	20 ans. . . 15.00
X. X. O.	1858. . . 23.00
3 grapes	vieux . 3.75 à 4.00
V. O.	3.95 à 4.15
Comandon & Co. (6)	La cse
Special	9.50
Reserve extra	10.50
Reserve 1878	12.50
★★ et X. O.	15.00

V. S. O. P.	16.50
Au gallon	4.50 7.50
Chs Couturier & Cie (2)	La cse
★★★	7.50
Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks,	
et 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Quarts, Casks, etc.	3.80 à 4.00
D'Angely (3)	La cse
XXX.	6.50
Dervos & Cie (1)	1 se 5 cses
Quarts.. . . .	8.00 7.75
Pints.. . . .	9.00 8.75
24 flasks n. c.	9.00 8.75
M. Durand & Cie (1)	La cse
★★★	Qts. 5.50
★★★	Pts. 6.50
★★★	¼ B. 7.90
16-flasks	1.50
24 flasks n. c.	6.00
32 flasks	6.75
48 1-2 flasks n. c.	7.00
Par 5 cses, 25c. de moins.	
Lucien Foucauld & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.50
3 Etoiles, 12 Bout.	12.50
"Crown Liqueur"	14.00
V. O., 15 ans d'âge	16.50
Medico Tonic	18.00
V. S. O., 20 ans d'âge	20.00
V. S. O. P., 25 ans d'âge	24.00
V. V. S. O. P., 30 ans d'âge	28.00
1847	45.00
P. Frapin & Cie (3)	La cse
★	qt. 9.50
Medical.. . . .	qt. 10.50
20 years old.	qt. 13.00
25 years old.	qt. 16.00
30 years old.	qt. 19.00
Au gallon.. . . .	4.00 @ 7.00
Fromy & Rogee (6)	La cse
Medical Reserve	10.00
Medical Reserve V.O.	12.50
Gonzalez, Staub & Cie (1)	La cse
Quarts	9.00
Pints	10.00
24 Flasks	10.00
48 Flasks	10.00
1 Etoile	Qts. 11.50
3 Etoiles	Qts. 14.00
V. S. O.	Qts. 16.50
V. S. O. P.	Qts. 18.25
Jas. Hennessy & Co. (9)	qts. pts.
★	13.00 14.00
★★★	16.00
V. O.	17.25
S. O.	25.00
X. O.	35.00
X. S. O.	45.00
Extra.	60.00
Jimenez & Lamothe (14)	La cse
★★★	qt. 11.00
V. S. O. P.	qt. 15.00
1890 Muscatel	qt. 16.00
1865 Liqueur	qt. 18.00
Au gallon.. . . .	4.25 à 4.50
Lagrange & Co. (14)	La cse
V. O.	qts. 7.00
V. O.	flasks 8.90
V. O.	½ flasks 9.00
F. Marion & Cie (2)	La cse
★★★	Qts. 6.00
Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks,	
Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Quarts, Casks, etc.	3.40 à 3.75
Martell & Co. (4)	La cse
Une Etoile.. . . .	qt. 12.75
3 Etoiles.. . . .	qt. 16.00
V. O.	qt. 17.25
V. S. O. P.	qt. 18.75
V. V. S. O. P.	qt. 38.00
Jacques Nicot & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.00

2 Etoiles, 12 Bout.	10.00
3 Etoiles, 12 Bout.	11.50
V. O. 12 Bout.	12.00
V. S. O. 12 Bout.	13.00
V. S. O. P. 12 Bout.	14.00
Reserve 1870, 12 Bout.	16.00
Reserve 1865, 12 Bout.	17.00
Reserve 1858, 12 Bout.	18.00
Pour ordres d'importations d'au moins	
30 caisses, s'adresser aux agents.	
Otard, Dupuy & Cie (15)	La cse
Spécial.	qts. 9.50
Une étoile.	qts. 12.00
Deux étoiles.	qts. 14.00
Trois étoiles.	qts. 16.00
V. S. O. P.	qts. 17.50
Parville et Cie (2)	La cse
★★★	12s. qts. 5.00
V. Pinot & Cie (1)	La cse
★★★	qts. 6.00
★★★	pts. 7.00
★★★	¼ botl. 7.50
V. O.	qts. 7.00
V. O.	pts. 8.00
16 flasks	7.00
24 flasks n. c.	6.75
32 flasks	7.25
48 1-2 flasks n. c.	7.50
Par 5 cses, 25c. de moins.	
C. Pluchon & Cie (1)	1 cse 5 cses
Quarts	7.25 7.00
E. Puet (3)	La cse
★	qts. 9.50
Au gallon.	4.00 @ 7.00
Quantin & Co. (6)	La cse
★★★	qts. 9.50
Au gallon	4.25 @ 6.50
Régnier & Cie (14)	La cse
★★★	qts. 5.50
★★★	Flasks 6.50
★★★	½ Flasks 7.50
J. Rémy (3)	La cse
Quarts.. . . .	6.50
Flasks	7.50
1-2 flasks	8.50
Renault & Cie (12)	La cse
★	qts. 10.00
V. O.	qts. 12.00
3 étoiles S. V. O.	qts. 15.00
V. S. O. P.	qts. 21.00
Club.	qts. 18.00
50 Years Old.	qts. 40.00
Au gallon.. . . .	4.00 @ 10.00
Ph. Richard (2)	La cse
S. O.	qts. 22.50
20 ans flutes	qts. 17.50
V. S. O. P.	qts. 12.25
V. S. O.	qts. 10.50
V. O.	qts. 9.00
Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.	
Au gall.	
Richard	3.40 à 6.00
John Robertson & Sons, Ltd. (7)	La cse
Denis Mounie et Cie	11.50
Clouret & Co.	10.50
Jules Robin & Cie. (4)	La cse
Quarts.. . . .	9.50
24 Flasks.. . . .	10.00
Sazerac de Forge & Fils (9)	La cse
Quarts.. . . .	9.50
Flasks.. . . .	10.25
Au gallon.. . . .	4.25
J. Sorin et Cie (14)	La cse
Blue Label	9.00
Au gallon	4.00 à 4.25

EAUX

Apenta Hungarian, Aparient (5)	La cse
25 Quarts	6.25
50 Pints	9.50
Sparkling Splits	5.50
Apollinaris (5)	La cse
50 Quarts.. . . .	7.50
100 Pints.. . . .	10.50

100 Splits...	8.50
S. Birch & Co. (14)	La cse
Ginger Ale	Bombays 1.35
Ginger Ale	Splits 0.90
Soda	Bombays 1.25
Soda	Splits 0.90
Cantrell & Cochrane (4)	La doz
Belfast Ginger Ale..	1.40
Club Soda...	1.40
Seltzer...	1.40
Potass Water...	1.40
	Gal.
Dry Imperial Ginger Ale ..	1.50
Hiawatha (2)	
Naturelle, 1-2 gals. ..	12s 4.75
Naturelle, 1-4 gals. ..	50s 7.50
Gazeuse	qts. 50s 7.50
Gazeuse	pts. 100s 10.50
Gazeuse	splits 100s 8.50
Libertyville Crystal Spring (1)	La cse
Quarts. 50 Bout. ..	7.50
Pints. 100 Bout. ..	10.50
Splits 100 Bout. ..	8.50
Schweppe's, de Londres (12)	La doz.
Soda Water Co. Cylindres, pour 2..	1.35
Soda Water, Bombays..	pour 3.. 1.50
Soda Water, Splits..	pour 1.. 1.10
Dry Ginger Ale..	1.35
Seltzer...	1.40
Potass Water...	1.40
St-Galmier (3)	La cse
Source Badoit..	6.00
Vichy (3)	La cse
Célestins, Grande Grille, Hôpital,	
Hauterive..	10.00
Vichy (13)	La cse
Source St-Charles ..	8.00
Source Aubert ..	7.50
Vichy St-Yorre (14)	La cse
Source St-George..	7.50
Bassin de Vichy (1)	La cse
Source St-Louis ..	8.00
Vittel (13)	La cse
Grande Source ..	10.50
Source Salée ..	10.50

GINS

Blankenheym & Nolet (14)	La cse
Marque 'Clef', C'ses Rouges ..	10.50
Marque 'Clef', C'ses Vertes ..	5.00
Marque 'Clef', C'ses Violettes ..	5.00
En cruchons ..	10.00
Au gallon de 3.00 à 3.25	
John de Kuyper & Son (4)	La cse
Caisses Rouges ..	15s..... 11.75
Caisses Vertes. ..	12s..... 6.25
Caisses Violettes..	24c..... 5.50
Au gallon	3.15 à 3.30
P. Hoppe, "Night Cap" (1)	La cse
Rouges..	10.65
Jaunes..	11.00
Vertes ..	5.25
Bleues ..	6.00
Violettes..	2.50
Au gallon	3.05 3.25
P. Hoppe, "Imperial" (1)	La cse
Rouges..	10.50
Vertes ..	5.00
Violettes ..	2.45
Melchers, de Berthierville (3)	La cse
Croix Rouge. Caisses Rouges..	11.25
Croix Rouge. Caisses Vertes. .	5.85
Croix Rouge. Caisses Violettes. .	5.00
J. J. Melchers (3)	La cse
Honey Suckle, Cruen verre ..	9.00
Honey Suckle, Cruen pierre ..	9.00
Netherland's Steam Disty. Co. (1)	La cse
Kiderlen's "Croix d'honneur".	
Caisses Rouges..	11.00
Caisses Vertes..	5.25
Caisses Violettes..	4.90
Cruchons verre—12s 3 gals. .	11.75
Cruchons verre—24s 3 gals. .	12.75
Cruchons verre—12s 5 gals. .	17.50
A. C. A. Nolet, Schiedam (5)	La cse
Caisses Rouges..	10.75
Caisses Vertes..	5.75

"The Real" Dry Gin	7.10
Old John (2)	La cse
Caisses Rouges	15s 9.75
Caisses Vertes	12s 5.25
Caisses Pony	24s 4.50
Van Dulken Weiland & Cie (13)	La cse
Bouteilles Noires.	
Violettes, 11-2 gallon, 24 Bout.	4.95
Vertes, 11-2 gallon, 12 Bout.	4.95
Vertes, 2 gallons, 12 Bout.	5.85
Rouges, 31-2 gallons, 15 Bout.	10.75
Rouges, 4 gallons, 15 Bout.	11.25
Bouteilles Blanches.	
Violettes, 11-2 gallon, 24 Bout.	5.50
Bleues, 11-2 gallon, 12 Bout.	5.25
Bleues, 2 gallons. 12 Bout. .	6.50
Jaunes, 31-2 gallons, 15 Bout.	11.20
Jaunes, 4 gallons, 15 Bout.	11.75

HOCKS

Frederick Krote (14)	qts. pts.
Sparkling White	16.00 17.00
Sparkling Red	18.00 19.00

LAGERS

W. E. Johnson's (13)	
Compass Brand	2.65 1.65
Miller Brewing Co. (2)	Le Bri.
Marque "High Life", 10 doz. .	12.50
Marque "Buffet", 10 doz. .	12.90
Malt Extract, 8 doz.	15.60

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine (12)	qts. pts.
12 litres...	19.50 21.00
Blankenheym & Nolet (14)	qts. pts.
Anisette	12.00
Curacao	11.00
Kirsch, forêt noire ..	12.00
Liqueur Hannapier ..	18.00 19.00
Petite Chartreuse Jaune ..	18.00 19.00
Elixir de Spa	15.00 16.00
Briand & Jaquet (1)	La cse
Cherry Whiskey	7.50
Blackberry Brandy	7.50
Cherry Brandy	7.50
Crème de Menthe Verte ..	9.00
Crème de Menthe Blanche ..	9.00
Crème de Cassis	9.00
Curacao Orange	9.00
Sirop de Grenadine	7.00
Marie Brizard & Roger (12)	La cse
Anisette..	13.50
Curacao, Orange ou Blanc..	12.50
Marasquin..	13.00
Kummel, Superfin. .	12.00
Kummel Crystallisé. .	12.50
Green Peppermint..	13.00
Crème de Menthe, Blanche..	13.00
Cherry Cordial.	12.00
Cherry Brandy..	12.00
Blackberry Brandy...	12.00
Kirsch..	11.00
Bitter Triple...	12.00
Liqueurs assorties..	13.00
Crème de Menthe Verte. .	13.00
Crème de Moka..	13.00
Crème de Cassis ..	13.00
Crème de Noyau ..	13.00
Eau-de-vie de Dantzik..	13.00
Orange Bitters..	9.50
Punch au Kirsh..	11.00
Peach Brandy...	12.00
Bustanoby Bros.	qts. pts.
Forbidden Fruit	23.00
Chartreuse St-Denis (2)	qts. pts.
Verte	10.50 11.50
Jaune	10.50 11.50
Delizy & Dolstan (3)	qts. pts.
Curacao	12.00
Marasquin	12.00
Kummel	12.00
Liqueur jaune	15.00 16.00
Liqueur verte	16.00 17.00
Alex Droz & Cie (12)	qts. pts.
Crème Cacao-Chouva..	16.00 17.00
Nelson Dupoy (14)	qts. pts.
Maraschino..	12.00

Grenadine...	8.50
Frémey Fils (12)	qts. pts.
Cherry Whiskey, [Chesky]	16.00 17.00
Orange Whiskey...	14.00
N. Fricquet & Cie (13)	La cse
Cherry Whiskey	12 qts. 8.50
Cherry Brandy	" 8.50
Blackberry Brandy ..	" 8.50
Peach Brandy	" 9.90
Apricot Brandy	" 9.90
Crème de Menthe	" 9.00
Crème de Menthe Boule, 12 litres	12.00
Crème de Vocoa	12 qts. 8.50
Crème de Noyau	" 9.00
Kirsch	9.00
Kummel	9.90
Marasquin	9.00
Curacao	10.00
Jules Lamothe (14)	qts. pts.
Cherry Whiskey	9.00
Levert & Schudel (14)	qts. pts.
Marque "Pélican"	
Anisette	12.00
Crème de Menthe	12.00
Curacao	12.00
Kummel	12.50
Maraschino	13.00
Pères Chartreux (13)	La cse
de Tarragone.	
Liqueur Jaune	12 litres 23.00
Liqueur Jaune	24/2 " 24.50
Liqueur Verte	12 " 27.50
Liqueur Verte	24/2 " 29.00
Melrose Drover Ltd (3)	La cse
Cherry Whiskey..	11.00
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.
Crème de Menthe Verte...	11.00
Cherry Brandy..	11.00
Cacao l'Hara à la Vanille ..	12.50
Kirsch ***..	11.00
Prunelle de Bourgogne..	12.50
Crème de Framboises..	12.25
Fine Bourgogne, 12 lit..	20.00
Crème de Cassis..	11.00
Fine Bernard...	15.00
Grenadine...	8.50
Anisette..	11.00
Kumel..	12.00
J. Sorin & Co. (14)	qts. pts.
Cherry Whiskey	15.00
P. Thorne & Sons (14)	qts. pts.
Apricot Brandy	24.00
Tournil & Fleury (2)	qts. pts.
Anisette	8.00
Crème de Menthe	8.00
Crème de Cacao	8.00
Crème de Cassis	8.00
Curacao	8.00
Sirop Grenadine	6.00
Gabriel Viard, Troyes (10)	12 24/2
	litres litres
Chartreusette jaune ..	22.00 24.00
Chartreusette verte ..	24.00 26.00
Pur Abricot [the genuine]	28.00 30.00
Marasquin, bout. d'origine	22.00 24.00
Viardictine de l'Abbaye St.	
Urbain	20.00 22 00
Curacao, triple sec ..	20.00 22.00
Peppermint [Menthe verte]	20.00 22.00
Cassis Imperator ..	20.00 22.00
Crème de Cacao, Schouwa	
à la vanille	20.00 22 00
Crème de Moka	20.00 22.00
Anisette Extra fine, Cru-	
chons ou flacons ..	20.00 22 00
Curacao quadruple sec ..	22.00 24.00
Pour ordres d'importation, 25 caisses	
minimum, s'adresser aux agents.	
Wilson (14)	qts. pts.
Blackberry Brandy..	9.00
Hungarian Blackberry Brandy	7.00
Wallace Cherry Brandy..	9.00
MADERE	
Blandy Bros. (2)	La cse
Very Superior...	8.50

Special Selected	10.50
London Particular... ..	13.00
Cossart, Gordon & Co. (5)	
Au gallon.. .. .	2.50 à 9.00
Rutherford & Browne (15)	
Au gallon... .. de 2.50 @	10.00

MALAGA

Blandy Bros. (2)	La cse
Etiquette Bleu—pâte-doux. . .	7.50
Etiquette Blanc—pâte... ..	10.00

MOSELLE

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Brauenberger... ..	9.00	10.00
Piesporter	10.00	11.00
Berncastler Doctor. . . .	15.00	16.00
Crown Sparkling... ..	18.50	20.00
Nonpareil Sparkling... ..	24.50	26.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Zeltinger... ..	8.50	9.50
Brauenberg... ..	12.00	13.00
Pisport... ..	13.00	14.00
Scharzberg—1895... ..	18.00	
Sparkling Moselle... ..	18.00	19.50
Frédéric Krote (14)	qts.	pts.
Sparkling... ..	15.00	16.00
Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Winneger	6.00	7.00
Braünberger	8.50	9.50
Sparkling	17.00	18.00
Hocheimer	17.00	18.00
Cabinet	23.00	25.00
P. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Piesporter	8.50	9.50
Zeltinger	9.00	10.00
Braünberger	15.00	16.00
Berncastler Doctor	16.50	17.50

OLD TOM & DRY GINS

Boords (9)	La cse
Old Tom... ..	7.25
London Dry... ..	7.25
Booth (4)	La cse
London Dry	8.00
Old Tom	8.00
Burnett (15)	La cse
London Dry	7.50
Old Tom	7.50
Club (3)	La cse
Old Tom... ..	6.50
Old Tom au gallon	3.00
Cold & Co. (1)	La cse
Sloe Gin	Qts. 10.00
Marque Beaver	Qts. 5.75
Marque Beaver	Pts. 6.75
London Dry	Qts. 6.00
London Dry... ..	Pts. 7.00
Colonial (3)	La cse
London Dry... ..	6.50
Gordon (12)	La cse
London Dry... ..	7.50
Old Tom... ..	7.50
Hill's & Underwood (6)	La cse
London Dry	7.50
Old Tom	7.50
Imperial Wine Co. (6)	La cse
London Dry... ..	6.50
Old Tom... ..	6.50
J. & W. Nicholson & Co. (10)	La cse
Old Tom	8.25
London Dry	8.00
Sloe	12.50
A. C. A. Nolet (5)	La cse
"The Real" Dry Gin	7.10
John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse
Old Tom	7.50
London Dry	7.50
Sloe	11.00
Thorne (14)	La cse
Old Tom... ..	7.50
London Dry... ..	7.50
Au gallon	3.50

Wilson (14)	La cse
Royal Crown Old Tom... ..	6.50
Au gallon... ..	2.00 @ 3.00

OPORTO

Blandy Bros. (2)	La cse
Invalid's Special	12.00
Good Fruity	7.50
J. W. Burmester (14)	La cse
Royal... ..	5.00
Crusado	6.00
Rich Douro... ..	9.00
Fine Old Port Red	11.00
Toreador	12.00
Very Fine Old Port White ..	12.50
Pinhao	18.00
Emperor	21.00
White Port	12.00
Old Crusted... ..	12.00
Royal Blue Label	18.00
	Au gall.
Diamond T.	2.50 à 2.60
Two Grapes	2.75 à 2.85
Three Grapes	3.00 à 3.10
Four Diamonds	3.35 à 3.50
Four Grapes	3.60 à 3.75
Three Crowns	4.60 à 4.75
J. M. Caselles y Tarrats (3)	
Au gallon... ..	1.00 à 1.50
Cockburn, Smithes & Co. (4)	
Tawny... ..	La cse. 16.00
Au gallon... ..	2.75 @ 7.00
Croft & Co. (6)	
Au gallon... ..	2.40 @ 7.50
A la caisse	7.00 @ 24.00
Robt. Delaro & Co. (2)	
"Antique"... ..	qts. la cse. 7.00
Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse
Pioneer	12.00
Comendador	16.00
Au gallon	\$2.75 à \$ 9.00
Garcia Hijos (2)	8.50
Gulmaraens & Co. (6)	
Invalid's Reserve... ..	La cse. 7.50
Au gallon... ..	2.25 @ 5.50
Hunt, Roope, Teage & Co. (9)	
Au gallon... ..	2.00 @ 5.50
Oliva Morez y Ca. (3)	La cse
Old Tawny	5.50
MacKenzie & Co. Ltd. (12)	
Au gallon... ..	2.50 @ 10.00
A. Rizat et Cie (2)	2.50
Robertson Bros. & Co. (3)	La cse
Medal Port No 1	16.00
Medal Port No 2	13.00
Favorita Oporto	8.00
Au gallon... ..	1.50 @ 6.50
Sandeman & Co. (12)	La cse
Superior Old... ..	12.00
"Club"... ..	18.00
"1890"... ..	25.00
Au gallon... ..	2.50 @ 15.00
T. G. Sandeman & Sons (5)	
Au gallon... ..	2.75 @ 9.00
Silva & Cosens (15)	La cse
Dow's Admiral... ..	16.50
Dow's Toreador	9.50
Au gallon... ..	2.50 @ 14.00
	La cse
Manual Tosta (2)	6.50
Wiese & Krohn (10)	
Tinto Novo	gallon 1.50
Caisse 12 qts.	5.50
Tinto Novo No 1	gallon 2.15
Ligitimo No 1	gallon 3.00
Caisse 12 qts.	7.50
Particulier	gallon 3.50
Invalid Port	cse 12 qts. 10.00
T. Ventura & Co. (2)	4.50
E. Yzaguirre (5)	Le Gal.
Three Grapes	1.50

PORTER ANGLAIS

Guinness (3)	qts.	pts.
Read Bros. "Dog Head"... ..	2.60	1.65
Guinness' (14)	qts.	pts.
Monkey Brand	2.50	1.60
Monkey Brand Nips		1.10
Guinness' (4)	qts.	pts.
E. & J. Burke, bottling... ..	2.60	1.65
W. E. Johnson & Co. (13)	qts.	pts.
Marque Compass	2.55	1.65
Machen & Co. (6)		
Marque Pelican	2.50	1.60
Machen & Hudson (5)		
Marque "Beaver"... ..	2.50	1.50

RHUMS

Boivin, Wilson & Cie (3)	qts.	pts.
Black Joe	8.00	9.00
No 7...	7.00	8.00
Marie Brizard & Roger (12)	qts.	pts.
Ste-Croix.. . . .	12.00	
P. S. Clément.. . . .	11.00	
Jamaïque au gallon.. . . .	5.00	
E. & J. Burke (4)	qts.	pts.
Jamaica.. . . .	9.50	
Dandicolle & Gaudin (1)	qts.	pts.
Lion	8.00	9.50
Royal	0.00	11.00
St-Marc	0.00	9.50
Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Kaioa Habitation	10.50	12.50
Vieux Rhum	12.00	14.00
Carmencita (Jamaica)	13.00	15.00
H. G. Kewney & Co. (5)	qts.	pts.
Old London Dock—1Etoile	7.75	
Old London Dock—3 Etoiles	8.75	
Navy Reserve (6)	qts.	pts.
Jamaica	9.00	
John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse	
Jamaica Rum	10.50	
J. B. Sherriff & Co. (9)		
Marque "Bell",	9.00	
Marque "Bell", 36 o. p. au gallon.. . . .	5.00	
Marque "Blue Star", 36 o. p. au gallon...	4.75	
Thorne (14)	qts.	pts.
Marque "Lion"	8.00	10.00
Liquid Sunshine	7.50	8.50
Turner (2)	La cse	
Quarts	7.00	
Pints	8.00	
½ Pints	9.00	

SAUTERNES

Barton & Guestier (4)	qts.	pts.
Haut Sauternes	12.50	13.50
Graves	6.00	7.00
Barsac... ..	8.75	9.75
Château Yquem... ..	24.00	25.00
J. Calvet & Cie (6)	qts.	pts.
Graves... ..	5.25	6.25
Sauternes... ..	5.50	6.50
Haut Sauternes	1901... 11.50	12.50
Faure Frères (3)	qts.	pts.
Sauterne... ..	4.00	5.00
Sauterne... ..	5.00	6.00
Haut Sauterne... ..	8.00	9.00
Château Barsac	6.50	7.50
Château Yquem... ..	15.00	16.00
Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Graves	4.00	5.00
Barsac	7.00	8.00
Haut Sauternes	8.00	9.00
Château Yquem	18.00	19.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts.	pts.
Ordinaire	5.50	6.50
Haut Sauternes	9.00	10.00
A. Guilhou Frère Aîné (13)	qts.	pts.
Sauternes	4.50	5.25
Haut Sauternes	5.00	6.00
Graves Martillac	6.00	7.00
Jimenez & Lamothe (14)	qts.	pts.
Sauternes	5.00	6.00

Nathaniel Johnston & Fils (12) qts. pts.	
Barsac... .. 6.00 7.00	
Sauternes... .. 6.00 7.00	
Graves... .. 6.00 7.00	
Haut Sauternes... .. 11.50 12.50	
Château Yquem... .. 20.00 21.00	
A. Lalande & Cie (5) qts. pts.	
1890 Graves... .. 4.80 5.80	
1888 Barsac... .. 5.20 6.20	
Lecompte & Morel (2) .. 2.75 3.25	
Vigneau & Cambours (2) .. 3.50 4.90	
Gustave Vigneron (1) .. 3.00 4.00	

SHERRIES

Blandy Bros. (2) La cse	
Manzanilla 8.50	
Amoroso 11.00	
J. M. Caselais y Tarrats (3)	
Au gallon... .. 1.00 à 1.50	
F. W. Cosens & Co.	
Au gallon... .. de 2.00 @ 10.00	
Richard Davies (9)	
Au gallon... .. 1.50 @ 5.00	
Pedro Domacq (5) au gallon 1.25 @ 9.00	
Feuerheerd Bros. & Co. (7) La cse	
Emperador 16.00	
Corona 12.00	
D. Goni Feuerheerd (7)	
Caisses 16.00	
Au gallon 3.00 à 9.00	
Manuel Gamboa Ramirez (6)	
Au gallon 1.25 @ 4.50	
A la caisse 4.50 @ 12.00	
Jose Gomez (2) La cse 8.50	
Corona 12.90	
Gonzalez & Byass (14) La cse	
Christiana Dry 10.00	
Idolo Seco 12.00	
	Au gal
Pendon 2.00	
Claro 2.50	
Giralda 3.00	
Old Brown 3.25	
Fino 3.75	
Amontillado 4.00	
Vino de Pasto 4.50	
Oloroso 4.25	
Las Torres 4.50	
Victorioso 5.50	
Jubilee 6.00	
P. Juanito & Co. (2) La cse 6.50	
M. Misa (4) au gallon 1.50 @ 6.00	
Oliva Morez y Ca. (3) La cse	
Golden Sherry 5.50	
Mackenzie & Co. Ltd. (12)	
Au gallon... .. 1.50 @ 10.00	
Robertson Bros. & Co. (3) La cse	
Amontillado 16.00	
Manzanilla 13.00	
Oloroso 8.00	
Au gallon... .. 1.75 @ 7.50	
Sanchez Hermanos (2) La cse 4.50	
Sanderman Buck & Co. (Julian Pémartin) (12) La cse	
Pale Dry 12.00	
Montilla Fino, very dry 12.00	
"Club" 18.00	
Selected Old 36.00	
"Jubilee" 50.00	
Au gallon... .. de 1.50 @ 10.00	
Sob. de Vda X. Harmony y Ca. (13) La cse	
Pedro Ximenez \$12.00	
Vin Sherry, gallon 0.90 à \$8.00	
A. R. Valdespino & Co. (6)	
Au gallon de 1.25 @ 6.50	
A la caisse de 5.00 @ 15.00	
B. Vergara (9)	
Au gallon... .. 1.50 @ 4.50	

TARRAGONES

Darichez M. (4) au gallon.. 1.00 à 3.00	
---	--

VERMOUTH

	La cse
Dolin Chamberizette (2) 8.00	
Cte Chazalette & Co. (3) 7.00	
E. Martinazzi & Co. (Italien) (1) 5.75	
Noilly, Prat & Co. (12) 7.00	
Freund Ballor & Co. (Italien) (12) 6.75	
P. Ricardo Forino (2) 6.50	

VIN DE GINGEMBRE

Boivin, Wilson & Cie (3) La cse	
Quarts 4.50	
Au gallon 1.20	
Cold & Co. (1) qts. 4.00	
Au gallon 0.85 à 1.25	

VIN DU RHIN

Deinhard & Co. (4) qts. pts.	
Laubenheim... .. 7.00 8.00	
Nierstein... .. 8.50 9.50	
Rudesheim... .. 15.50 16.50	
Liebfraumilch 17.00 18.00	
Hockheim... .. 18.00 19.00	
Marcobrunn... .. 21.50	
Johannesberg... .. 25.00	
Steinwein [cruchons] 11.00 12.00	
Sparkling Hock 17.50 19.00	
Kock, Lauteren & Co. (12) qts. pts.	
Laubenheim... .. 7.00 8.00	
Bodenheim... .. 7.50 8.50	
Nierstein... .. 8.50 9.50	
Steinwein in Boxbeutels... 11.00	
Rudesheim... .. 15.00 16.00	
Liebfraumilch... .. 15.00 16.00	
Giesenheim... .. 16.00 17.00	
Hocheim... .. 18.00 19.00	
Johannisberg... .. 21.00 22.00	
Claus Johannesberg—1893 .. 30.00	
Sparkling Hock... .. 18.00 19.50	
Frederick Krote (14) qts. pts.	
Laubenheimer... .. 6.00 7.00	
Niersteiner... .. 6.75 7.75	
Rudesseimer... .. 10.00 11.00	
Hochheimer... .. 10.00 11.00	
Steinwein... .. 11.00 12.00	
Liebfraumilch... .. 14.50 15.50	
Johannisberger... .. 17.00 18.00	
Royal Scharzberg... .. 20.00 21.00	
Sparkling Hock, blanc .. 16.00 17.00	
Sparkling Hock, rouge .. 18.00 19.00	
Johann Schlitz (3) qts. pts.	
Bodenheimer... .. 6.00	
Hohnheimer... .. 6.50	
Laubenheimer... .. 7.00	
Niersteiner... .. 8.00	
Oppenheimer... .. 9.00	
Hochheimberg... .. 9.50	
Johannisberg... .. 15.00	
F. J. Valckenberg, Ltd. (6) qts. pts.	
Laubenheimer... .. 7.50 8.50	
Niersteiner 9.00 10.00	
Rudesseimer 12.50 13.50	
Liebfraumilch—1893 18.50 19.50	
Johannisberger—1893 25.00 26.00	

VINS TONIQUES

Castro (5) La cse	
1 Seal port... .. 5.00	
3 Seal port 6.00	
Dubonnet (1) La cse	
Litres 10.00	
Red Heart (15) 9.00	
Vin Mariani (14) 10.00	
Vin St-Michel (3) 8.50	
Wilson's Invalid's Port (14) .. 8.00	

WHISKEYS AMERICAINS

Wilson (14) La cse	
Bourbon Gold Lion 10.00	
Old Valley qts. 17.50	
Old Valley 1-2 flasks 16.00	

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye (1) La cse	
Screw top, 16 flasks 6.00	
Screw top, 24 flasks 6.25	

Screw top, 48 flasks 7.25	
Glass stop, 24 flasks 6.50	
Glass stop, 48 flasks 7.50	
Perfection Brand Rye (1) La cse	
Amber 12 qts. 5.00	
Glass stop, 32 flasks. Amber .. 6.00	
Rock & Rye 12 qts. 7.00	
Rock & Rye 24 flks 8.00	
Parker's (9) High Wines 50 o. p. gal.	
En quarts... .. 3.90	
En 1-2 quarts... .. 3.95	
Quantités moindres... .. 4.00	
Jos. E. Seagram (16) La cse	
"Star" Rye qts.	
"Star" Rye Flasks, 32s.	
"Star" Rye Flasks, 64s.	
White Wheat qts.	
White Wheat Flasks, 32s.	
No. "83" Rye qts.	
No. "83" Rye Flasks, 16s.	
Unicorn (13) La cse	
Quarts 6.90	
24 Flasks 6.50	
48-½ Flasks 7.50	
Hiram Walker & Sons (5) (8) La cse	
Canadian Club, 5 years old, qts. 10.00	
Canadian Club Flasks, 16s. 10.50	
Canadian Club ½ Flasks, 32s. 11.00	
Imperial qts. 7.50	
Imperial... .. Flasks 16s. 8.00	
Imperial... .. ½ Flasks 32s. 8.50	
	au gal.
Canadian Club—5 years old 4.00	
Imperial... .. 2.80	
Rye. 25 U. P. 2.25	
Malt. 25 U. P. 2.25	
Wilson (14) La cse	
Empire Rye... .. qts.. 8.00	
Empire Rye... .. flasks.. 9.00	
Empire Rye... .. ½ flasks.. 10.00	
Empire Rye 32 flasks 8.00	
Liquid Sunshine qts. 6.00	
Liquid Sunshine Flasks 7.00	
Liquid Sunshine 1-2 Flasks 8.00	
Liquid Sunshine 32 Flasks 7.00	
Etoffe du Pays qts. 6.00	
Moonlight... .. qts.. 6.00	
Moonlight. Flasks 16s.. 6.50	
Moonlight. Flasks 32s.. 7.00	
Moonlight. Flasks 36s.. 7.25	
Moonlight. Flasks 64s.. 8.00	
J. P. Wiser & Sons, Ltd. (17)	
Recreation La cse	
12 Bout. Rondes... .. qts. 5.00	
12 Flks. Imp. qts. 7.00	
16 Flks. Imp. pts. 5.50	
32 Flks. Imp. ½ qts. 6.00	
36 Flks. Travellers 6.00	
Canada Whiskey La cse	
12 Bout. Rondes qts. 7.00	
20 Flks. Imp. pts. 8.50	
32 Flks. Imp. ½ pts. 8.00	
60 Flks. Imp. ½ pts. 8.00	
Red Letter La cse	
12 Bout. Rondes qts. 8.00	
Whiskey Clair La cse	
12 Bout. Rondes qts. 5.90	
H Corby Distillery Co., Ltd. La cse	
1 X. L. qts. 8.07	
1 X. L. Imp. Pts. 16s. 8.00	
1 X. L. Flasks 32s. 8.25	
1 X. L. Miniatures 54s. 4.50	
Old Dominion qts. 8.00	
Old Dominion Imp. Pts. 16s. 8.00	
Old Dominion Miniatures 54s. 4.50	
Canadian Rye qts. 5.40	
Canadian Rye Imp. Pts. 16s. 6.25	
Canadian Rye Flasks 32s. 6.00	
S. B. Rye (Special Blend) .. qts. 7.00	
S. B. Rye (Sp. Blend) Imp. Pts. 16s. 7.50	
S. B. Rye (Sp. Blend) Flasks 32s. 7.50	
S. B. Rye (Sp. Blend) .. Min. 54s. 4.50	
Whiskey Blanc qts. 5.50	
Whiskey Blanc .. Imp. Pts. 16s. 6.25	
Whiskey Blanc Flasks 32s. 6.00	

Wm. O'Borne & Sons (1)	La cse
12 Imperial Oval Quarts	9.00
12 Ordinary Quarts	6.50
24 Pints	7.50
24 Flasks, stoppers	7.50
48 1-2 Flasks, stoppers	8.50
O'Brien (14)	La cse
Imperial quarts	10.50
Reputed quarts	7.00

Flasks	8.00
1-2 Flasks	9.99
Old Bushmill (14)	La cse
★★★... .. .	12.00
Special Malt... .. .	10.50
Au gallon	4.50
George Roe & Co. (12)	La cse
★	9.75

★★★	10.75
Kilkenny (3)	6.50
St-Kevin (3)	8.00
Kilkenny (3)	6.50
Wilson's (14)	La cse
3 Horns	6.00
3 Horns	7.00
3 Horns	8.00

—Clef à la liste précédente—

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante.

1. L. Chaput, Fils et Cie.
2. Laporte, Martin et Cie.
3. Boivin, Wilson et Cie.
4. John Hope & Co.
5. W. R. Wonham & Sons.
6. S. B. Townsend & Co.

7. John Robertson & Son, Ltd.
8. Hiram, Walker & Sons.
9. Gillespies & Co.
10. Bernard & Laporte.
11. H. Corby Co.
12. Law, Young & Co.

13. D. Masson et Cie.
14. L. A. Wilson & Co.
15. J. M. Douglas & Co.
16. Jos. E. Seagram.
17. J. P. Wiser & Sons.
18. D. McManamy & Co.

CHOSSES A SE RAPPELER

Rappelez-vous que le travail n'est qu'un moyen, la moralité est le but.

La sincérité est la base de tout travail honnête.

Les soucis sont le prix dont la plupart des hommes paient les résultats durables.

Votre travail porte un cachet qui vous est propre.

Personne ne peut vous empêcher de réussir si vous y êtes bien décidé.

Chaque homme est destiné à faire quelque chose d'utile.

La plupart des personnes vous jugent sur la première impression.

Peu d'hommes réussissent sans essayer.

Le travail pénible n'est pas partie négligeable de ce que fait le génie.

Il ne faut pas plus de temps pour dire des paroles aimables que pour dire des paroles mordantes.

Le seul moyen d'avoir du crédit est de payer ses dettes.

Il est plus facile de faire de bon travail que du travail médiocre, quand on a appris la manière de s'y prendre.

Plus ce que l'on à faire est difficile, plus il vaut la peine d'être fait.

Un patron sage préfère l'avancement de ses employés que de les maintenir dans une position inférieure.

L'ambition développe le corps et l'esprit, l'égoïsme contrarie ce développement.

Il faut des règlements dans une maison d'affaires comme des lois à un bon gouvernement.

On ne peut pas tout apprendre en un jour.

Le fait que vous êtes employé est une promesse de bon travail.

Votre patron apprécie souvent votre travail, mais ne trouve pas le temps de vous le dire.

Le temps progresse et les méthodes changent.

Il est légitime de parler de vos marchandises tant que vous dites la vérité.

Il n'y a qu'un moyen de vendre des marchandises: placez-les avantageusement sur le marché.

Beaucoup de commerçants aimeraient rechercher votre clientèle s'ils pouvaient vous trouver.

Il n'y a que les lâches qui ont peur de se risquer.

C'est de la folie d'avoir de la rancune; les sentiments désobligeants ne sont pas de mise sur le marché.

Il est profitable de se bien vêtir, même en affaires.

Chaque ouvrier pense que s'il était patron, il agirait différemment.

QUELQUES PRINCIPES POUR LES VENDEURS

Le premier principe de l'art du vendeur consiste à ne jamais contrecarrer activement les idées d'un client. Montrez-lui son erreur, mais sans vous attaquer aucunement à son intelligence. S'il a des opinions bien arrêtées, tâchez d'arriver à votre but par une stratégie prudente. Ne faites pas maladroitement une attaque de front. N'oubliez jamais que la moitié de votre force est dans ce que vous dites, l'autre moitié dans la manière dont vous le dites.

Souvenez-vous toujours que, lorsque vous parlez à un client en perspective, vous êtes comme un homme circulant dans une fabrique de dynamite—le moindre faux pas peut le projeter à travers la

toiture—de même la moindre erreur peut vous empêcher de faire une vente. Votre client n'est pas une chose inanimée; c'est un homme qui a de l'orgueil, des idées préconçues, de la vanité, de la sensibilité, de l'amour propre. Ayez bien soin de ne pas heurter ces sentiments; évitez les frictions. Opérez avec douceur, avancez avec prudence comme un homme qui marche à tâtons dans l'obscurité. A chaque progrès fait, rappelez-vous qu'un léger sourire fait beaucoup plus que beaucoup de mauvaise humeur.

La bonne humeur, la courtoisie et le tact sont pour le travail d'un vendeur ce qu'est l'huile pour une machine; ils facilitent les transactions. La mauvaise humeur et le manque de courtoisie sont comme du sable mis sur un axe; ils mettent un empêchement à tout. Un vendeur grincheux n'a jamais rien vendu; un sourire accompagnant une explication ne coûte rien et gagne le client. Certains vendeurs ont des clients qu'on ne pourrait pas détourner d'eux même en les frappant; on peut parier à coup sûr que ce n'est pas en maugréant que ces vendeurs se sont fait une telle clientèle.

Tâchez d'avoir un visage toujours souriant. Il y a tout profit à en retirer.

SUIVEZ LE DROIT CHEMIN

Abandonnez tout travail fait au hasard; un tel travail ne mène à rien et est port défini indiqué sur les papiers du bord. Si ce navigateur arrive jamais à un port, ce sera uniquement dû au hasard et le hasard n'est pas chose sur laquelle il faille compter pour orienter une embarcation.



CHOSSES CURIEUSES CONCERNANT LES PIPES

En Afrique, certaines femmes indigènes fument de très grosses pipes, tandis que d'autres tribus empêchent le beau sexe de fumer du chanvre, parce que cette plante est si intoxicante. Dans l'Inde, on fume le narghileh et le houka. A Burmah, on fabrique des pipes très curieuses. Une de ces pipes en particulier, faite avec une gourde, a une longueur de trente-neuf pouces. En Chine, les modèles de pipes sont innombrables. Les Chinois, comme les Japonais, sont habitués à des pipes dont le fourneau est très petit. En Orient, on a coutume de fumer presque sans cesse, et la pipe est le prélude de tous les actes officiels et de toutes les réunions mondaines.

L'OPINION PUBLIQUE

Tous les marchands ont réfléchi à l'impression créée sur les clients par leur magasin et se sont demandé quelle était à ce sujet l'opinion du public. C'est un marchand bien médiocre celui qui ne s'est pas livré à ces réflexions et qui n'a pas étudié la manière d'améliorer l'impression produite.

C'est surtout le cas des jeunes marchands et là, où l'esprit d'entreprise manque, la maison de commerce ne réussit jamais. Quant aux maisons plus anciennes ou à celles qui ont obtenu un succès très marqué dans les deux ou trois premières années, elles semblent frappées d'une indifférence qui glace la clientèle et la repousse. Un sentiment d'énorme supériorité semble se glisser dans les méthodes et le travail de ces maisons, semblant signifier que ces dernières sont si supérieures que c'est par pure condescendance, par une sorte de philanthropie qu'elles gardent leurs portes ouvertes et servent le public par pitié pour ses besoins et ce qui lui est nécessaire.

Dans ces maisons de commerce, on a l'air de vous dire: "Voilà les marchandises, prenez-les ou laissez-les. Il faudra que vous achetiez chez nous, de toute façon, nous sommes si importants!" L'esprit de conciliation et de pur commerce est parti et, à sa place, est venue l'idée de faire de l'argent en

approvisionnement le public, tâche vraiment désagréable, mais faite par condescendance pour ses besoins.

C'est ce genre d'atmosphère qui refroidit le public. Bien qu'on soit plus sujet à le rencontrer dans les grandes que dans les petites villes, il tend toujours à se glisser dans tous les magasins.

A l'appui de ce que nous disons, nous citerons une histoire véridique, dit "General Merchants' Review":

L'autre jour, nous allâmes à la recherche d'un renseignement, chose que font souvent les journalistes. Nous nous adressâmes d'abord à deux maisons, les meilleures peut-être dans leur ligne. Elles sont toutes deux en affaires depuis des années; elles sont devenues riches et puissantes et auraient pu, si elles l'avaient voulu, dire beaucoup plus que nous ne désirions savoir, sans causer le moindre tort à leur commerce.

Elles ne savaient pas si nous étions commerçants ou non et n'avaient aucune raison de croire que nous étions sur le marché pour autre chose que pour y faire des achats.

Nous trouvâmes le stock en question et demandâmes des renseignements. On nous montra une indifférence et on nous fit un accueil glacial, loin d'être engageant. Les gens à qui nous nous étions adressés et l'air entier de la maison étaient tout l'opposé de l'amabilité. Pour ce qui nous concernait, cela nous importait peu, car nous réussîmes à obtenir quand-même des renseignements très importants. Mais nous emportâmes l'impression que ces deux grands magasins devaient avoir quelque influence, autre que ce que nous avions vu, pour attirer et retenir la clientèle.

En sortant nous nous rendîmes dans une maison moins ancienne, où personne ne savait si nous pouvions être acheteurs ou non. Nous n'eûmes pas à chercher les personnes que nous voulions voir. On vint à notre rencontre et on répondit sans difficulté à ce que nous demandions. En outre, l'homme en charge du stock insista pour nous montrer quelques articles nouveaux. Il ne fut pas désappointé quand il s'aperçut que nous n'étions pas acheteurs,

mais se montra satisfait de s'être fait des amis.

Si nous voulions, à un moment donné, acheter un stock de marchandises de cette catégorie, à qui pensez-vous que nous donnerions notre patronage, au palais glacial ou à la petite maison confortable où nous trouverions des amis?

Cette condition s'applique à tous les magasins. L'accueil fait aux clients ou aux étrangers a plus d'importance pour les profits que le prix des marchandises.

Vous pouvez avoir le plus beau magasin, situé dans la meilleure localité de la ville, vos marchandises peuvent être offertes à des prix qu'on ne pourra trouver meilleurs dans aucune autre maison; s'il n'y a pas chez vous cet air essentiel de bienveillance et de bon accueil envers le public, vous vous apercevrez bientôt que votre concurrent vous a enlevé votre clientèle, parce que le public aime acheter là, sans compter qu'il peut y obtenir les marchandises qu'il veut à un prix satisfaisant.

Il est peu de personnes qui entrent dans un magasin sans avoir une transaction à y faire. Vous savez par expérience qu'il est beaucoup plus satisfaisant d'être servi promptement et aimablement ou qu'au moins on vous adresse la parole immédiatement, que d'être obligé d'attendre ou de se mettre à la recherche de quelqu'un pour s'occuper de vous.

Dans des milliers de magasins, le client doit aller chercher le commis au lieu que ce soit ce dernier qui vienne à sa rencontre, et lui donne l'impression qu'il règne dans l'établissement un esprit de bienveillance en dehors de ce qui est exigé par les achats et par les ventes.

Un magasin n'est pas un endroit où la conversation doit nuire aux affaires et ce n'est pas non plus ce en quoi consiste l'affabilité. Il faut que le personnel du magasin fasse preuve de beaucoup de tact, car tous les visiteurs ne sont pas aptes à parler de questions qui ne concernent pas directement le but de leur venue au magasin; mais la personne la plus taciturne appréciée

l'esprit qui porte le personnel à s'occuper d'elle sans retard et à lui donner l'impression qu'elle est la bienvenue.

Pourquoi, dans un si grand nombre de magasins, le client est-il obligé d'attendre aussi longtemps qu'un commis se décide à s'enquérir de ce qu'il lui faut? L'auteur de cet article a souffert eu à souffrir de ce délai et, bien qu'il soit au courant de tout ce qui concerne la conduite d'un magasin, il s'est toujours senti beaucoup plus disposé à attendre, même au comptoir le plus occupé, quand quelqu'un venait lui demander ce qu'il désirait ou lui disait qu'on le servirait aussitôt que possible. Le client peut savoir cela, mais il en est peu qui aiment rester là sans que les gens mêmes à qui ils désirent donner leur clientèle fassent attention à eux.

Il arrive très souvent que le client attend longtemps en vain et qu'à la fin on l'informe que l'article demandé n'est pas en magasin. Il est facile de comprendre le sentiment que doit éprouver ce client, après avoir attendu si longtemps et s'il se rend dans un autre magasin où on s'occupe de lui immédiatement, il n'est pas douteux que la prochaine fois qu'il aura besoin de quelque chose, c'est encore à ce magasin qu'il s'adressera. Ce raisonnement et la conséquence qui en découle s'appliquent

à toutes les personnes qui entrent dans votre magasin. Il ne faut que quelques secondes pour adresser la parole à une personne, pour savoir ce qu'elle désire et lui donner une bonne opinion de la manière dont vous comprenez le commerce. Il est peu de personnes qui aiment recevoir un mauvais accueil; mais chacun aime qu'on s'occupe de lui et qu'on lui fasse sentir qu'on l'en considère digne, et cela le plus tôt possible.

L'air glacial du personnel d'un magasin, où le public espère rencontrer un bon accueil, n'est pas ce qui convient pour attirer et retenir la clientèle et, tôt ou tard, ce magasin sera supplanté par un rival plus avenant.

Nous ne sommes pas en faveur d'une attention obséquieuse, qui est tout aussi mauvaise qu'un manque d'attention. Nous demandons seulement que le public ne soit pas obligé d'attendre qu'on s'occupe de lui. Personne à l'esprit rationnel ne manque d'apprécier et de comprendre un accueil poli et aucune personne ne s'offensera qu'on s'informe de ce qu'elle désire ou qu'on lui demande si quelqu'un la sert.

Surveillez cette partie de votre commerce et voyez combien plus satisfaisantes seront vos affaires, quand le public aura l'impression que vous faites de votre mieux pour le servir.

L'ECUME DE MER, L'AMBRE ET LA FABRICATION DES PIPES

(Suite).

En soumettant des morceaux d'ambre à l'action de l'acide azotique, qui les convertit en une masse visqueuse, on produit un parfum artificiel ressemblant au musc. L'emploi de beaucoup le plus important des menus morceaux d'ambre est la fabrication de l'imitation d'ambre. L'ambre brûle facilement en donnant une flamme brillante, avec une odeur qui rappelle celle de l'encens. L'ambre gris n'est pas, comme son nom semblerait l'indiquer, un produit de l'ambre, c'est une concrétion intestinale du cachalot.

Variété de couleur

L'article fini en ambre présente de nombreuses nuances et de nombreux degrés d'opacité. Il y a la variété rouge presque transparente, qui donne son nom à la couleur connue sous le nom de couleur d'ambre; sa teinte ressemble un peu à celle de la vieille bière. L'ambre de cette sorte est plus fragile et, par suite, convient moins bien à la fabrication des pipes que l'ambre plus opaque, d'un rouge jaunâtre et que celui qui a une teinte de citron. Ce dernier genre, avec une apparence légèrement nuageuse, est généralement préféré par les fumeurs expérimentés. Le genre qui obtient ensuite le plus

Satisfaction dans les Cigares.

Pour se vendre, les cigares doivent satisfaire le fumeur particulier. Nos lignes sont incomparablement meilleures que toute autre sur le marché. Un fumeur doit avoir le meilleur cigare, et quand il achète des

Cigares Royal Sport et Hogen-Mogen

il achète les meilleures. Vendez-vous ces cigares? C'est la sorte qui établit votre commerce et augmente vos profits. Si non, donnez-nous de vos nouvelles aujourd'hui. C'est dans votre intérêt!

The SHERBROOKE CIGAR Company
SHERBROOKE, Quebec.

de faveur est l'ambre qui est en partie presque clair et en partie taché; le contraste produit un joli effet. Vient ensuite l'ambre entièrement taché, qu'on peut manipuler sans beaucoup de précautions, mais qui n'a pas un aussi bel aspect quand on a fumé quelque temps. Enfin, vient en dernier lieu l'espèce à l'aspect blanc ou laiteux peu attrayant, dont la valeur est beaucoup moindre que celle des autres variétés, bien que ce soit l'ambre le moins fragile de tous. Parfois il est aussi doux que l'ivoire et est bientôt usé par les dents; sa couleur laiteuse est probablement due au mélange accidentel d'autres gommés, quand l'ambre était en état de formation.

Rareté de l'ambre

Dès l'année 1895, le consul britannique à Dantzig, rendait compte au "Foreign Office" que la fourniture de l'ambre était à peu près limitée à la production des mines de Palmnicken et de Kraxtepelle, dans la province de la Prusse orientale. Une petite quantité d'ambre est rejetée par la mer sur la côte, mais sa récolte paye à peine les dépenses qu'elle entraîne.

Un succédané de l'ambre

Les marchands les plus anciennement établis ne peuvent pas se rappeler une époque où on n'ait pas imité l'ambre, mais les premières imitations étaient si grossières qu'elles pouvaient difficilement tromper le fumeur le plus novice. Pendant les quinze dernières années, des progrès constants ont été faits dans cette fabrication, comme dans la plupart des autres industries, afin de faire face à la demande toujours croissante pour les bouts de tuyaux de pipes, de fume-cigarette et de fume-cigarette. La dernière imitation produite, connue sous le nom de "ambroïde," ne peut pas être décrite comme une imitation à proprement parler; c'est plutôt de l'ambre artificiel, car ce produit est fait au moyen de morceaux présentant des imperfections et inutilisables autrement. On réduit, par la chaleur appliquée avec soin, ces morceaux à un état visqueux et on moule la masse pour lui donner les formes requises; après quoi l'objet est paré et poli, comme l'article en ambre réel. Les objets les mieux faits de cette manière sont si parfaits qu'il faut quelquefois l'habileté d'un expert pour les distinguer de ceux en ambre solide. Ils sont presque aussi bons et aussi durables que ces derniers, mais par contre, on ne peut pas les couper ni les limer sans courir grand risque de les briser; il est donc difficile de les réparer.

Pour distinguer l'ambre réel

L'expérience seule donne les connaissances voulues pour faire cette distinction par l'apparence et par l'odeur qui se dégage quand on frotte l'objet en ques-

tion. La résistance offerte aux dents est un guide, car l'ambre solide (sauf la variété blanche) ne cède pas et craque légèrement sous l'action d'une morsure, tandis que l'ambroïde offre toujours une certaine élasticité, et les qualités inférieures ont cette propriété à un degré plus marqué. Il faut user de précautions en essayant l'ambre sous la dent, car il pourrait en rester un morceau dans la bouche, surtout quand il s'agit d'ambre solide.

Une autre épreuve consiste à s'assurer de l'impression de froid causée par l'ambre; cette expérience peut se faire en l'appliquant sur un menton sensible, fraîchement rasé, ou encore mieux sur une tête chauve. L'ambre solide donne une impression de froid beaucoup plus accentuée (comme le ferait un minéral) que l'ambre manufacturé. L'épreuve qui consiste à frotter l'ambre sur la manche est inutile, car l'article réel et l'article manufacturé développent presque autant d'électricité l'un que l'autre. Le bon ambroïde n'est pas employé pour les marchandises à bon marché; il serait plus dispendieux que de petits morceaux parfaits d'ambre réel.

Il y a quelques années, un monsieur acheta une pipe munie d'un bout soi-disant en ambre et la paya un bon prix; des experts lui dirent que le bout était une imitation d'ambre. En conséquence, l'acheteur assigna devant les tribunaux le vendeur, un marchand bien connu de Londres. L'acheteur demandait que le prix de la pipe lui fût remboursé, parce que le bout était de l'ambre imité et que le marchand le lui avait vendu pour de l'ambre réel. Le défendeur prétendit que le bout était de l'ambre réel, mais moulé, chose dont l'acheteur ne s'était pas enquis. Le juge, sur la preuve que le bout de la pipe était bien de l'ambre, rendit son jugement en faveur du défendeur. Il ne faut pas cependant que les marchands se fient trop à cette décision, car d'autres juges pourraient avoir une opinion différente. L'incertitude de la loi est chose bien connue. Si un marchand vend de l'ambre imité de bonne qualité, il devrait dire au client qui lui demande des renseignements, que c'est de l'ambre comprimé, égal sous tous les rapports à l'ambre naturel, et beaucoup moins dispendieux, considération importante s'il est nécessaire de remplacer le bout de la pipe.

Si vous n'avez pas mis en stock, dans les cigares à détailler à 5c, le "Mont Pelée"; il manque évidemment quelque chose à votre stock: un cigare qui donne toujours satisfaction aux fumeurs qui ne veulent pas mettre plus de cinq cents à l'achat de leurs cigares.

Donnez un ordre d'essai à l'Emporium Cigar Co. de St-Hyacinthe et vous aurez la preuve que le "Mont Pelée" devient vite le favori des fumeurs de cigares à 5 cents.

LA RECOLTE DE LA HAVANE EN 1907

La récolte de tabac de la Havane sera d'une qualité excellente cette année et la quantité récoltée sera normale, dit "United States Tobacco Journal." Ceci s'applique particulièrement à la récolte de Vuelta Abajo. Bien que la pluie fertilisante soit venue plutôt tard dans la Vuelta Abajo, elle est arrivée à temps, non-seulement pour sauver la récolte, mais pour stimuler une des cultures les plus luxuriantes que l'on ait eues dans les années récentes. Les plants de tabac n'ont jamais été en meilleure condition qu'au moment de la coupe des feuilles et le tabac a séché admirablement dans les grandes. Il fallait de la pluie pour enlever le tabac des perches et lui faire subir le procédé convenable de fermentation. Mais la forte rosée du matin qui couvre la région Pinar del Rio fournit, au moins en partie, l'humidité nécessaire pour empêcher que le tabac suspendu ne se dessèche. Le tabac lui-même a été rarement en meilleure condition et tout fait prévoir que le tabac séché en plein champ fournira un pourcentage plus fort de feuilles de robes qu'il n'en a fourni depuis de nombreuses années. La production des robes a été abondante sur les plantations qui sont cultivées sous toile et une augmentation du pourcentage des robes pouvait être remarquée même pour le tabac cultivé dans les champs protégés partiellement contre le vent. Le rendement de la récolte peut être estimé à environ 200,000 balles; ce n'est pas tout à fait le chiffre normal, mais si on le compare au chiffre de l'année dernière, il constitue une augmentation énorme.

Quant au prix pour le consommateur, c'est-à-dire pour l'importateur, le marchand et le manufacturier, il est encore trop tôt pour faire des prédictions avec quelque sûreté. Le stock du vieux tabac Vuelta sur les marchés de Cuba est bien près d'être épuisé. Les manufactures de la Havane prétendent toujours en avoir un bon approvisionnement, mais pour le commerce, on ne peut presque pas s'en procurer. Cet état dépourvu du marché aura naturellement comme conséquence de maintenir des prix élevés, étant donné surtout que la récolte de Vuelta est la plus belle qui ait jamais été obtenue.

La récolte Partido est estimée à peu près normale; elle est de 60,000 balles comme la récolte du Semi-Vuelta. Dans le district Remates, les conditions les plus favorables règnent et une récolte de 30,000 balles d'un tabac ayant un fort arôme, comme dans l'ancien temps, est attendue. Cette année, la feuille du tabac de la Havane sera du Remedios et sera loin d'être défavorable au consommateur. Le plus fort stock de feuilles de Cuba sur le marché de la Havane est le Remedios de 1906. Ce tabac se vend lentement à

cause de son prix prohibitif. Ce prix prohibitif n'est pas le résultat de causes naturelles, mais il a été créé intentionnellement par des spéculateurs ambitieux. Une maison américaine a dépêché 60 acheteurs dans tous les districts qui cultivent le Remedios pour prendre des contrats au sujet de récoltes sur pied et dans les hangars, à un prix plus élevé de 10 cents par livre que ce qu'avait produit la récolte de 1905. Il y avait de la méthode dans cette folie. La maison en question s'est trouvée dans l'embarras pour la récolte de 1905 uniquement à cause de son propre jugement "infaillible", à savoir, que la récolte de 1905 était N. G. Cette maison a une opinion si haute d'elle-même que naturellement elle est orgueilleuse de son infaillibilité. Mais comme la récolte de Remedios 1905 s'est permis de défier l'opinion dédaigneuse qu'avait d'elle la maison américaine en question, cette récolte étant une de celles que les manufacturiers pouvaient se procurer le mieux et, en outre, promettant un prix raisonnable qui l'a fait rechercher avidement par le commerce, la maison en question a été laissée cette année dans l'embarras. Toutefois, avec la libéralité d'esprit et l'amabilité de tempérament qui caractérise cette maison, elle a cherché à couvrir en quelque sorte l'infaillibilité manquée de son jugement en envoyant de nouveau des voyageurs chez les fermiers du Remedios et en leur

offrant l'appât d'une augmentation de 10 cents pour leur nouvelle récolte. Malheureusement pour les autres empaqueteurs, ils furent obligés de suivre le mouvement et c'est ainsi qu'a été créé artificiellement le prix élevé pour le Remedios de 1906. Sans ce petit jeu de "haute finance," faisant monter les prix par accaparement d'un produit, les manufacturiers américains auraient pu acheter le Remedios de 1906 à 10 cents de moins par livre. Le Remedios de cette année promet d'être une feuille ayant beaucoup de corps, un arôme très fort, particulièrement utile pour faire des mélanges. Le rendement de ce tabac sera quelque peu inférieur à celui de l'année dernière.

Une nouvelle marque de cigarettes vient d'être lancée par l'American Tobacco Co. of Canada, c'est la cigarette Ramleh, à bouts en liège ou à bouts huilés, faite du meilleur tabac d'Orient; elle est l'indispensable complément d'un fin dîner.

Nous appelons l'attention de nos lecteurs sur les cigares fabriqués par la Sherbrooke Cigar Co., Ltd. On trouve du reste les excellents cigares Royal Sport, ligne à 10 cts, le "Hogen Mogen," ligne à 5 cts, chez tous les meilleurs hôteliers et tabacconistes de notre Province.

—MM. E. Delisle et W. Whelan, visitent en ce moment la clientèle de Montréal pour la maison L. N. Hadd, fabricant des cigares Roméo et Juliette, Liberty et Papa.

LA CONSOMMATION DU TABAC EN FRANCE

Il résulte des statistiques officielles que le monopole des tabacs, a produit, en 1905, à l'Etat français, un bénéfice net de \$73,608,855. Cette industrie fait vivre, en France, 85,000 personnes, tant dans les manufactures que dans les divers autres services : livraison, vente, etc. Il y a 36,604 bureaux de tabac et débits.

La consommation du tabac ne diminue pas, puisque en 1905, 1,607,760 livres ont été livrées de plus qu'en 1904; il a été vendu, en 1905, sur tout le territoire de la France plus de 39,000 tonnes de tabacs de toutes sortes sortant des manufactures de l'Etat, sans compter les tabacs, cigares et cigarettes provenant de l'étranger.

En outre, la contrebande est fort importante dans certains départements. La consommation moyenne du tabac à fumer, pour toute la France, est de 3 onces par tête. Le département du Nord est celui où l'on fume le plus: 4½ livres par habitant; le département de la Lozère, celui où il se rencontre le moins de fumeurs, les habitants ne consomment que 11 onces de tabac à fumer par tête. La consommation de tabac à priser est beaucoup moindre; on l'estime à 4 onces par habitant, moyenne générale pour toute la France.

LES CIGARES

EMPORIUM A 10c.

— ET —

MONT PELEE A 5c.

Font leur chemin dans les meilleurs Hôtels et Restaurants. Les Tabacconistes soucieux de leurs intérêts les ont en stock.

Pourquoi ne tiendriez vous pas les deux Meilleurs Cigares pour le Prix? . . .

The Emporium Cigar Co.,
ST-HYACINTHE, QUE.

TELEPHONE BELL MAIN 4581



FABRIQUÉ PAR

L. N. HADD, 115 Rue St-François-Xavier
MONTREAL.

MANUFACTURE ET IMPORTATION DU TABAC AU CANADA

Suivant un rapport au Département du Commerce et du Travail, par le consul Van Sant, le commerce du tabac à Kingston, Canada, a été exceptionnellement actif pendant l'année 1906. Voici ce rapport d'après le "Tobacco Journal".

La quantité de cigares manufacturés à Kingston et en somme dans tout l'Ontario a été à peine égale à la demande. Plusieurs des principaux fabricants de cigares disent que les cigares fraîchement faits sont livrés au commerce immédiatement, à cause des ordres pressés.

Jusqu'ici, les efforts faits pour produire un tabac domestique d'une qualité égale à celle du tabac produit aux Etats-Unis n'a pas obtenu le succès auquel on s'attendait.

On dit que les cigares de ce district sont faits presque entièrement de tabacs américain et canadien mélangés et que les robes des cigares se composent exclusivement de tabac du Wisconsin et du Connecticut; ce dernier tabac passe pour être le meilleur tabac pour robes importé des Etats-Unis au Canada.

Le tabac canadien est employé beaucoup parmi les Canadiens-français pour fumer tel que ou en palettes; on l'emploie aussi dans la manufacture des cigares de qualité médiocre. Le comté d'Essex est devenu le centre de la culture du tabac en Ontario, tandis que le comté de Kent passe au second rang et des efforts sont fait pour cultiver le tabac au Manitoba où le sol, dit-on, est semblable au sol noir de l'Inde convenant à la culture du tabac. Toutefois, les manufacturiers de tabac de ce district m'informent — et je pense que c'est un fait généralement admis — que le tabac du Canada est en moyenne d'une qualité inférieure au meilleur tabac des Etats-Unis et ne lui est pas comparable.

En 1906, le Canada a manufacturé 3,178,725 livres de tabac et 1,031,110 cigares de feuille domestique. Il a été aussi manufacturé au moyen de tabacs domestique et étranger combinés 1,845,272 livres de tabac, 9,630,795 cigares et 7,161,500 livres de cigarettes.

Le droit canadien de \$6.00 par 1,000 cigares pour le tabac en feuilles étranger, plus un autre droit de 10 cents par livre de tabac manufacturé, ce qui fait environ \$2.00 pour 1,000 cigares, soit au total \$8.00 par 1,000 cigares, est presque prohibitif. Malgré ce tarif, le Canada, en 1906, a importé de Cuba 79,888 livres évaluées à \$308,086.00; des Philippines, 12,152 livres évaluées à \$12,010; des Etats-Unis, 4,015 livres, évaluées à \$15,008, tandis qu'il n'a été importé des Antilles Britanniques que 384 livres évaluées à \$1,209. En fait de tabac haché, les importations de la Grande-Bretagne tiennent la tête avec 95,398 livres évaluées à \$70,511;

viennent ensuite les Etats-Unis avec 120,629 livres évaluées à \$59,087 et la Chine arrive troisième avec 21,772 livres évaluées à \$2,889. Pour le tabac employé à la manufacture des cigarettes, celui provenant de la Grande-Bretagne tient la tête avec 12,697 livres évaluées à \$26,914. Le tabac d'Egypte vient en second lieu avec 8,428 livres évaluées à \$16,839, et les Etats-Unis arrivent troisièmes avec 1,262 livres évaluées à \$5,853.

Sous le titre de "toutes manufactures n'a's", les Etats-Unis se classent facilement premiers avec 113,618 livres évaluées à \$47,697, puis viennent la Grande-Bretagne, avec 5,120 livres et \$1,933, et l'Egypte avec 20 livres et \$58. Sous le titre de "pipes de toutes sortes, montures de pipes, fume-cigare et fume-cigarette et étuis à cigares et cigarettes, articles de fumeurs, etc."; les importations ont été les suivantes: de Grande-Bretagne, \$217,579; d'Autriche-Hongrie, \$43,109; de France, \$84,554; d'Allemagne, \$28,175; et des Etats-Unis \$29,596.

Si l'exportateur américain de cigares est satisfait d'une marge très serrée de profits au début, il pourra introduire les cigares américains au Canada et en augmenter la vente. Ceci est particulièrement vrai des cigares en petits paquets tels que ceux qui sont vendus aux Etats-Unis à raison de 10 cigares pour 20 ou 25 cents. L'auteur n'a vu qu'un petit nombre de petits cigares de ce genre dans les hôtels ou dans les magasins de ce district. A cette époque de prospérité, le Canadien consent à payer un prix plus élevé pour une qualité supérieure de cigares si le goût et le riche parfum de ce cigare lui plaisent.

L'introduction et la vente au Canada du cigare américain sont redoutées; ceci est mis en évidence par les efforts des planteurs de tabac et des manufacturiers de cigares du Canada pour obtenir une autre augmentation des droits sur le tabac américain.

PARLEZ DE QUALITE, ET NON DE BAS PRIX

Il arrive parfois qu'un marchand de cigares prend l'habitude de parler avec emphase du bon marché de ses marchandises et de dire peu de chose, ou même rien de leur qualité.

Le bon marché a de l'attrait en général, pourvu que la qualité ne soit pas médiocre. Mais quand un marchand insiste continuellement sur le bas prix de ses marchandises, le public peut croire qu'il ne tient que des marchandises inférieures.

Tout le monde sait qu'un marchand n'est pas dans le commerce uniquement pour sa santé, et quand il annonce continuellement des cigares de 15 cents vendus à 5 cents, le public commence à avoir des doutes sur la bonne foi de ce

marchand et à perdre confiance en ses marchandises. Il est impossible de vendre au-dessous du prix coûtant et cela d'une manière continue.

La faillite serait inévitable, à moins que le prétendu article de 15 cents ne soit réellement qu'un article médiocre à 5 cents, auquel cas les fumeurs ne tarderont pas à s'en apercevoir.

Il y aura alors quatre-vingt-dix-neuf chances sur cent que ce marchand de cigares ne puisse pas vendre des dollars en or pour 30 cents la pièce. Le public avait la certitude que les prétendus dollars sont des pièces de fausse monnaie, valant beaucoup moins de 30 cents.

"Valeur pleine pour l'argent", voilà une bonne devise en affaires. Tenez-vous à cette devise et appliquez-la à la lettre; ce sera la publicité la plus efficace pour un magasin de cigares qui veut établir une clientèle permanente avec des marchandises de haute qualité, auxquelles le public peut avoir confiance.

EXPORTATIONS DE CIGARES DE LA HAVANE

Le journal "Tobacco" publie les chiffres suivants extraits du rapport officiel de la douane de Cuba, et qui indiquent le nombre de cigares expédiés du port de la Havane dans toutes les parties du monde pendant la première moitié du mois de mars.

	Cigares
Etats-Unis	2,474,415
Grande-Bretagne	2,315,865
Allemagne	463,825
Canada	433,309
Chili	364,350
Australie	273,000
Autriche	110,659
Belgique	74,552
République Argentine	71,500
Iles Canaries	69,400
Afrique britannique	57,000
Panama	48,100
Mexique	35,450
Espagne	32,650
Antilles hollandaises	25,000
Uruguay	19,800
Portugal	18,650
Pérou	13,000
Equateur	12,400
Suisse	12,000
Bolivie	11,000
Diverses possessions européennes	
d'Afrique	10,425
Gibraltar	10,000
Vénézuëla	10,000
Egypte	8,000
Danemark	7,200
Guatemala	7,000
Guyane anglaise	5,500
Costa Rica	5,000
Antilles anglaises	2,400
France	2,000
Honduras	1,500
Total pour la quinzaine	7,004,932
Depuis le 1er janvier 1907	36,155,681

Total du 1er janv. au 15 mars 1907	43,160,613
Total du 1er janv. au 15 mars 1906	50,459,213
Diminution en 1907	7,298,609

Voici, dans le tableau suivant, des chiffres qui indiquent quelles ont été les exportations pendant la seconde moitié du mois de mars. Il en ressort que les exportations pendant les trois premiers mois de l'année courante sont inférieures de 14,000,000 de cigares à celles de la période correspondante de 1906.

Grande-Bretagne	1,553,731
Etats-Unis	1,511,189
France	724,659
Allemagne	458,961
Canada	338,400
Espagne	116,400
Chili	110,089
Autriche	41,500
Belgique	32,000
Suisse	30,190
Bolivie	28,500
République Argentine	20,000
Chine	19,000
Diverses possessions Africaines	15,250
Norvège	13,000
Uruguay	10,000
Italie	10,000
Pays-Bas	10,000
Antilles anglaises	9,900
Haiti	6,000
Antilles danoises	5,500
Brésil	5,300
Nicaragua	3,000

Total du 15 au 30 mars 1907 5,072,401
 Depuis le 1er janvier 1907 43,160,613

Total du 1er janv. au 31 mars
 1907 48,233,014
 Même période en 1906 62,556,210

Diminution en 1907 14,323,196

CHOSSES QUE LES ANNONCEURS DEVRAIENT SAVOIR

On entend souvent dire que la publicité n'est pas profitable et qu'en conséquence c'est de l'argent gaspillé. Il n'est pas douteux que beaucoup de marchands annoncent de manière à mettre leur nom sous les yeux du public, mais en évitant avec soin une publicité soutenue, dispendieuse. Ils sont satisfaits d'une note locale, favorable à eux et à leur commerce, pourvu qu'une telle note ne leur coûte rien. Certains marchands croient en toute conscience que la publicité ne rapporte pas, d'autres y sont opposés, à cause de leur esprit mesquin. D'autre part une grande quantité de marchands font une grande publicité, leurs annonces étant rédigées comme ils pensent, et cette publicité ne leur procure aucune augmentation d'affaires. Ceux-là sont portés à conclure que la publicité n'est pas profitable; ils ne se demandent pas si leurs annonces sont défectueuses, ils rejettent tout le blâme sur la publicité.

La bonne publicité rapporte, il n'y a pas à s'y tromper, dit "Clothier and Furisher", et quand une annonce ne rapporte rien, on peut être sûr que la méthode employée, la rédaction et peut-être les marchandises annoncées ne sont pas du dernier genre; peut-être aussi l'annonceur s'est-il placé à l'arrière-plan en

laissant continuellement son esprit routinier rejeter les idées et les choses nouvelles. Ce n'est pas souvent qu'un homme d'affaires fait une bonne épreuve de quelque chose et spécialement une épreuve réelle de la publicité, sans un travail systématique. Il est inutile de dépenser de l'argent pour une annonce simplement pour voir si cette annonce vous procurera des clients.

Ce n'est ni la première, ni la deuxième, ni la troisième annonce qui produit. La dixième commencera peut-être à diriger le flot des acheteurs de votre côté et chaque annonce subséquente vous procurera une quantité d'affaires dix fois plus forte que la précédente.

Il est toujours préférable d'annoncer de manière à faire savoir au public ce que vous avez et pourquoi, en achetant chez vous, il économisera de l'argent.

Rédigez votre annonce dans un style attrayant et que la gravure que vous employez soit en rapport avec la marchandise annoncée. Ce n'est pas tant ce que vous annoncez qui vous amène des clients, c'est l'impression que vous faites sur leur esprit. La chose présentée doit impressionner le lecteur favorablement et, pour cela, votre annonce doit être rédigée en termes forts, intéressants et offrir de la nouveauté. Nous avons à plusieurs reprises parlé et l'habitude qu'ont certains annonceurs d'attirer l'attention du public en le décevant. De telles méthodes ont d'habitude peu de durée, et tant qu'elles durent elles sont onéreuses, c'est de l'argent dépensé en pure perte. Ces méthodes amusent l'imprimeur et causent des regrets à l'annonceur.

On ne peut pas insister trop sur ce principe que l'illustration de votre annonce et son texte doivent se renforcer l'un l'autre et que le tout doit former une production efficace. Cette application de l'illustration à la mise en évidence des articles annoncés explique pourquoi le texte de l'annonce doit être rédigé forcément en phrases courtes. L'étude des annonces d'autres commerçants est toujours bonne; elle indique les points faibles et les points forts, et ces derniers peuvent être utilisés avantageusement. Tout le monde ne possède pas la même faculté d'invention; quelques-uns en sont complètement dépourvus. Pour ceux-là, il est difficile d'inventer et si, par le fait d'un labeur ardu et de l'étude, ils arrivent à faire quelque chose qui ressemble à une annonce, leur production court risque de ressembler à la texture noueuse du bois de chêne, sans en avoir la force.

Si vous voulez annoncer votre commerce, faites-le sans laisser les faits et gestes de vos rivaux influencer le ton ou le caractère de vos annonces.

Dès que vous commencez un gentil persiflage, le public en conclut que votre concurrent vous gêne. Si celui-ci emploie

une fanfare et tire un feu d'artifice pour attirer le public, ne le ridiculisez pas dans vos annonces; allez chercher un aéronaute pour partir de votre magasin en ballon, ou faites n'importe quoi de plus fort que votre rival—si vous devez faire quelque chose. Ne gaspillez pas l'espace consacré à vos annonces; il coûte cher. Vous avez des marchandises d'aussi bonne qualité et à aussi bas prix que votre voisin; vous pouvez avoir quelque article bien meilleur.

Faites-le savoir au public d'une manière claire, concise. N'oubliez jamais que vous n'êtes pas seul à offrir des marchandises. Quand votre voisin fait un signe de tête, il essaie de faire une meilleure offre que la vôtre. Couvrez son offre et le public sera en votre faveur. Ayez continuellement une annonce dans les journaux; si vous ne pouvez pas faire la dépense d'un grand espace, prenez-en un petit, ou mieux, faites une grande annonce la moitié du temps et une plus petite pendant l'autre moitié alternativement. Vous pouvez dire bien des choses dans une petite annonce, si vous choisissez vos termes avec soin et si vous rédigez votre annonce d'une manière succincte.

Avez-vous de bonnes marchandises pour appuyer votre annonce? Si vous n'en avez pas, vous feriez aussi bien de jeter au vent l'argent que vous dépensez en publicité. Ne parlez pas au public de la bonne qualité de vos marchandises, si vous savez qu'elles ne sont pas bonnes. Quelques lecteurs superficiels peuvent répondre à votre appel et un petit nombre d'acheteurs sensés venir dans votre magasin; mais ce sera leur première et dernière visite. Si vous n'êtes pas sûr de vos marchandises, ne vantez pas leurs mérites, tenez-vous plutôt au-dessous de la vérité; cela plaira davantage aux clients.

Pour être attrayante, une annonce devrait avoir un en-tête approprié, quelque mot faisant impression, si possible. Le style en devrait être simple et très compréhensible; les grands mots en détruisent souvent l'effet. Les mots ne sont pas des idées, mais servent à exprimer des idées. Les lecteurs jettent un coup d'oeil sur les mots pour se rendre compte des images qu'ils représentent. Si les termes d'une annonce décrivent en détail des paletots d'une belle confection, par exemple, un simple coup d'oeil jeté sur l'annonce devrait donner au lecteur une idée complète du paletot décrit. Les mots devraient être employés à propos pour produire un tout harmonieux. Des mots simples se dégagent sans effort l'idée qu'ils contiennent et, par conséquent, le lecteur n'est pas fatigué. On ne doit pas employer les mots en dehors de leur signification acceptée, car alors le lecteur est obligé de deviner, ce qui est fatal à l'annonce. Dites exactement ce que vous voulez dire. Ecrivez comme vous parlez,

ou plutôt comme vous devriez parler. Que votre annonce exprime ce que vous diriez, si vous étiez à sa place. Dites franchement ce que vous avez à dire, mais n'encombrez pas de phraséologie l'espace qui vous est alloué.

Le public connaît les noms de la plupart des commodités et articles tenus par les magasins, mais les métaphores souvent tirées par les cheveux sont des énigmes pour lui. L'annonce doit être sincère et exempte de pathos. La hablerie et le mensonge n'attirent jamais la clientèle; un style sans prétention est donc ce qu'il faut dans une bonne annonce. Si un préambule est nécessaire, il doit conduire simplement aux articles annoncés, de manière à fixer l'attention du lecteur sur la marchandise pour l'annonce de laquelle le préambule a été fait.

Un fait indéniable, c'est qu'une gravure ayant une relation directe ou indirecte avec le sujet de l'annonce tire l'œil et donne de la force à celle-ci. Certaines gens aiment les gravures comiques; mais nous sommes toujours en faveur d'illustrations dépeignant quelques usages des marchandises en question.

Quelle que soit la condition des affaires, la publicité est toujours opportune. Quand des causes naturelles produisent une augmentation extraordinaire des affaires, il faut prévoir l'avenir et chercher à faire le plus d'affaires possible. Montrez au public ce que vous faites, dites-lui ce que vous avez et pourquoi vous pensez qu'il est avantageux pour lui de se procurer votre marchandise—c'est le moyen de le faire penser comme vous.

La maison Jos. Côté, de Québec, reçoit ces jours-ci la plus belle collection d'articles pour fumeurs qui se puisse voir au Canada. Ces articles consistent en pipes à tiges de caoutchouc, de celluloïde, d'ambre, avec ou sans étui; pipes montées en or ou en argent; fume-cigare ou fume-cigarette avec monture de fantaisie en or; sacs à tabac en cuir, en caoutchouc, etc. Son assortiment de cigares importés est des plus complets. Toutes ces marchandises sont achetées directement des meilleures fabriques d'Allemagne, d'Angleterre, de France, des Etats-Unis et de la Havane.

La maison Jos. Côté s'occupe aussi, sur une très grande échelle, des tabacs en feuilles, ainsi que des biscuits et confiseries.

Messieurs les détaillants sont invités à lui faire visite ou à correspondre avant de placer leurs commandes ailleurs.

Parmi les nombreux cigares à 10 cents offerts sur le marché, il en est un que les fumeurs préfèrent aux autres: c'est le cigare Emporium, fabriqué par The Emporium Cigar Co., St-Hyacinthe, Qué. Les marchands soucieux de leurs intérêts ont tout avantage à tenir la marque préférée de leurs clients.

Le mérite est une grande chose; mais de deux magasins de mérite égal, celui qui fait la meilleure publicité fera le plus d'affaires. [Washington Star].

FAITES OEUVRE UTILE DANS LE MONDE

L'homme qui entasse sans ordre dans sa mémoire une quantité de faits est dans un état d'infériorité. Trop de travailleurs croient qu'il est nécessaire de recueillir autant de faits que possible. Beaucoup de ces hommes se font une gloire de l'étendue de leur mémoire. Ils ressemblent à ces écoliers qui savent à la perfection toutes les dates de l'histoire, mais qui ne peuvent rien dire sur ce qui est arrivé entre ces dates. L'homme qui fait un travail réellement efficace est celui qui utilise sa mémoire dans un but plus élevé que celui de retenir simplement une quantité de faits.

Il y a beaucoup de faits qu'un homme ne peut pas éviter de classer dans sa mémoire; ce sont ceux qui lui sont nécessaires pour son travail. Il doit connaître ceci ou cela, s'il veut réussir, s'il veut vivre bien. A l'accumulation de faits tels que ceux-là, il n'y a pas d'objection légitime.

Mais celui qui emploie son temps à recueillir des faits historiques éloignés ou de petits faits futiles, sans aucune conséquence, perd son temps deux fois. Les heures qu'il passe à essayer de se rappeler le nombre de milles qui séparent la terre du soleil ou l'année en laquelle Napoléon a traversé les Alpes, auraient pu être employées avec beaucoup plus de profit pour lui-même à exercer sa modestie, son courage, sa patience, sa capacité dans l'accomplissement parfait de tout, même des plus petites choses. Voilà une manière dont cet homme a gaspillé son temps; il a employé à l'inutile ce qu'il aurait mieux fait de consacrer à l'utile.

Mais il a encore perdu son temps d'une autre manière. Il a emmagasiné dans sa mémoire des choses qui peuvent ne lui servir jamais à rien. Les collections de faits recueillies par des piocheurs leur sont rarement d'une utilité quelconque. La poussière de quelques-unes de ces col-

lections n'est jamais dérangée. Quand un homme a perdu son temps à apprendre quelque chose de peu d'utilité, il peut n'avoir jamais l'occasion d'y penser plus tard.

Le travailleur avisé est celui qui se rend compte que les capacités plus que la possession sont essentielles au véritable succès.

L'homme qui a consacré du temps à accumuler des connaissances spéciales au sujet de ses propres affaires ou des connaissances générales tendant à faire de lui un travailleur meilleur ou un meilleur citoyen, a bien agi. Mais il aurait peut-être fait tout aussi bien en appliquant ce temps à la réflexion. La plupart des hommes ne réfléchissent pas assez sur eux-mêmes. Ils ont trop de compassion pour eux-mêmes, ils s'admirent trop, ils pensent trop à leurs petits ennuis et se réjouissent trop d'un succès insignifiant qu'ils peuvent avoir remporté. L'examen de soi-même s'élevant au-dessus du bas niveau de la louange de soi-même, de l'amour de soi, accomplit des merveilles. Il renseigne un homme sur ses points forts afin qu'il les mette à profit quand l'occasion se présente.

Il le renseigne sur ses points faibles, de sorte qu'il est à même d'éviter les occasions où il ne peut pas briller, en raison même de ces points faibles ou qu'il peut s'améliorer sous ce rapport en prenant pour modèle ses points forts.

Il vaut beaucoup mieux, pour un travailleur qui peut voir et qui désire voir plus loin que le bout de son nez, de passer quelque temps à réfléchir aux armes intellectuelles dont il est muni pour la lutte dans ce monde, que de perdre du temps à bourrer sa mémoire d'une quantité de faits qui ne lui servent à rien. Il est bon de savoir se défendre seul, d'employer ses bras et ses jambes au lieu de béquilles et de bandages, et les faits inutiles sont simplement des bandages et des béquilles.

L'homme qui peut exécuter vaut mieux que celui qui sait seulement comment exécuter. Trop souvent celui qui sait passer son temps à critiquer, sans résultat effectif, la manière dont une chose a été faite par un autre.

Faites un travail effectif. Apprenez la pratique aussi bien que la théorie. En apprenant la pratique, on apprend forcément une certaine quantité de théorie, qui n'est pas nuisible, si elle n'est pas d'une grande utilité.

M. L. N. Hadd rapporte que les transactions sont beaucoup plus actives que l'an dernier et que les paiements sont passables. Les prix des tabacs sont généralement en hausse.

Les spécialités de la maison: le cigare Liberty, le Roméo et Juliette et le Papa sont en très bonne demande.



Anyone sending a sketch and description may quickly ascertain our opinion free whether an invention is probably patentable. Communications strictly confidential. HANDBOOK on Patents sent free. Oldest agency for securing patents. Patents taken through Munn & Co. receive special notice, without charge, in the

Scientific American.

A handsomely illustrated weekly. Largest circulation of any scientific journal. Terms, \$3 a year; four months, \$1. Sold by all newsdealers. MUNN & Co., 361 Broadway, New York. Branch Office, 625 F St., Washington, D. C.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA

Cigarettes.	Par mille
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00
Pet, 1/10...	12.00
Sweet Caporal, en boîtes de 10...	8.50
Athlete, boîtes de 10 ou ppts 10s	8.50
Old Judge, en boîtes de 10s...	8.50
Majestic, 20s...	8.25
New Light, [tout tabac] 10s...	8.50
Sub Rosa [tout tabac]...	8.50
Derby en ppts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55
Old Gold, 6 ⁴ (600) 3.78; 1/10s...	6.30
Prince, 7, [700] 4.02; 10s...	6.75
Sweet Sixteen, ppts, 7s, 4.02; 10s.	5.75
Murad, Turques, bouts en papier	12.00
Mogul, Turques, bouts en papier ou en liège	12.00
Mogul Magnums, bouts en papier.	16.00
Ramleh, turques, 1-10, bouts liège ou huilé	17.00
Dardanelles [Turques] bouts en papier 12.25, en liège ou argent.	12.50
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00
Yildiz Magnums, Bouts en papier, en liège ou en or, 10s. et 100s.	20.00
Virginia Brights, bte de 600, 3.50	5.83
High Admiral, 10s...	7.00
Gloria, 7s [700] 4.02; 10s...	5.75
Guinea Gold...	12.00
Otto de Rose, 10s...	12.50
Tabacs à cigarettes.	La lb.
B. C. No 1, ppts, 1/12, btes 5 lbs.	1.00
Puritan, ppts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00
Athlete, paquets ou boîtes, 1-12, boîtes 5 lbs.	1.05
Derby, en tins, ¼s...	.95
Vanity Fair, ppts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.20
Sultana, ppts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00
" ½ & 1 lb, ppts, btes 5 lbs.	.96
Gloria, ppts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00
Southern Straight Cut, paquets, 1/12s, btes 5 lbs.	.85
Old Judge, ppts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.45
Sweet Caporal, ppts 1/13s, btes 2 lbs.	1.15
Houde's Straight Cut No 1, ppts, 1/12s, boîtes 5 lbs.	1.00
Dufferin, ppts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00
Le Caporal, ppts, 1/12s, btes 5 lbs	1.00
Harem [Turque], ppts, 1/16s, btes 5 lbs.	1.35
Kiosk [Turque], paquets, 1/16...	1.92
Tabacs coupés à fumer.	La lb.
Old Chum —	
En tins, 1/6s...	1.00
En tins, ½ lb...	.85
En tins, 1 lb...	.85
Ppts, 1/10s, btes 5 lbs.	.85
En sacs, 1/5s, btes 5 lbs.	.88
Puritan Cut Plug —	
Ppts, 1/11s, boîtes 5 lbs.	.85
En tins, ½ et ¼ lbs.	.85
En tins, 1/5s...	.93
En tins, 1 lb...	.83
Full Dress —	
En tins, 1/5 et 1/2 lbs.	.95
Meerscham —	
Ppts, 1/10s, btes 5 lbs.	.82
En tins, 1/2 lb...	.84
En sacs 1/5 btes 5 lbs.	.92
Ritchie's Smoking Mixture.	
Ppts, 1/10s, boîtes 5 lbs.	.80
En tins, 1/4 lb...	.95
Ritchie's Cut Plug —	
Ppts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs.	.71
Cut Cavendish —	
Ppts, 1/10s, boîtes 5 lbs.	.80

Durham —	
En sacs, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00
En sacs, 1/6s, btes 5 lbs.	1.00
En drums, 1 lb...	1.00
Virginity — drums, 1 lb...	1.25
Unique —	
Ppts, 1/15s, boîtes 5 lbs.	.65
Ppts, 1 lb, boîtes 5 lbs.	.61
Ppts, 1/2 lb, boîtes 5 lbs.	.60
Lord Stanley — tins, 1/2 lb.	1.05
Hand Cut Virginia — tins, 1/4 lb.	1.00
Duke's Mixture —	
Ppts, 1/10 lb, cartoons 2 lb.	.82
Perique Mixture —	
En tins, 1 lb. et 1/2 lb.	1.15
Athlete Smoking Mixture —	
1/2 and 1/4 lb. tins.	1.35
Pure Perique —	
1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.	1.75
St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins & 1/10 sacs.	1.20
P. X X X —	
1 lb. tins.	.95
1/2 lb. tins.	1.00
1/5 tins.	1.00
Handy Cut Plug —	
1/5 pouches, 5 lbs boxes.	.90
1/2 lb. jars.	.90
Old Virginia —	
1 lb. tins.	.78
1/2 lb. tins.	.80
1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes.	.72
1 lb. & ½ lb. pcks, 5 lb. boxes.	.72
Morning Dew Flake Cut —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes.	.82
1-6 tins.	1.00
½ lb. tins.	.94
1-5 bags.	.88
Blue Star —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes.	.83
Favorite — ½ lb. tins.	.69
Champaign Cut Plug —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes.	.80
1-5 tins.	1.00
½ lb. tins.	.96
Khaki —	
1-5 tins.	1.00
½ lb. tins.	.96
1-10 pcks, 5 lb. boxes.	.80
Red Star —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes.	.83
Sweet Bouquet —	
½ lb. tins.	1.25
Maryland —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes.	.78
¼ lb. tins.	.78
Gold Star —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes.	.80
M. P. [Perique Mixture].	
1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes.	.88
Houde's Celebrated Mixture —	
1-8 tins.	1.35
Gold Crest Mixture —	
¼ & ½ lb. tins.	1.35
Gold Dust —	
1-10 bags, 5 lb. boxes.	.88
1-12 bags, 5 lb. boxes.	.90
A. T. C. Mixture à fumer —	
En tins, 1/4 lb.	1.40
En tins, 1-8 lb.	1.45
Social Mixture	
Ppts 1-10 btes 5 lbs.	.75
En tins, 1-2 lb.	.75
Seal of North Carolina —	
En tins de ½ et ¼ lbs.	1.05
En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs.	1.05
1/12, 1/8 & 1/4s, ppts, btes 5 lbs	.95
Old Gold —	
1/12s et 1/8s, ppts, btes 5 lbs.	.95

En tins, ¼s...	1.05
Ppts, ¼s, btes 6 lbs.	.95
En jares, ½ lb.	1.05
Tabacs Ogden	La lb.
Beeswing —	
Tins décorées, 1s	1.10
½ lb. tins, 4 lb. cartoons.	1.15
¼ lb. tins, 4 lb. cartoons	1.18
1-8 pcks. 1 lb. cartoons	1.15
1-16 pcks. 1 lb. cartoons.	1.15
Ogden's Navy Mixture —	
1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.*	1.26
Turret Navy Cut —	
¼ lb. tins, 5 lb. cartoons.	
Mild	1.36
Medium	1.22
Full	1.22
1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
Mild	1.40
Medium	1.26
Full	1.26
1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
Mild	1.50
Medium	1.32
Full	1.32
Tabacs américains à fumer	La lb
Pride of Virginia —	
1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons	1.36
Old English Curve Cut —	
1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons.	1.39
Bull Durham —	
1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb. cartoons.	1.25
Duke's Mixture —	
1-10 bags, 5 lbs. cartoons	1.08
Richmond Gem Curly Cut —	
1-8 pcks., 5 lbs. cartoons	1.43
1-4 pcks., 2 lbs. cartoons	1.60
Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —	
1 lb. pcks., 5 lb. drums	1.22
Tabacs américains à chiquer plugs	
Battle Ax — 12 lbs caddies	.86
Piper Heidsieck—10 lbs caddies	1.20
Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.	1.15
Horseshoe — 12 lbs. caddies	0.99
THE EMPIRE TOBACCO COMPANY	
Tabacs à chiquer.	
Bobs, 5s., Cads 21 lbs., 1-2 Cads, 12 lbs.	38
Bobs, 10s., Butts, 24 lbs, 1-2 Butts, 12 lbs.	38
Bobs Bars, 5 3-5 cuts to the lb., 1-2 Butts, 10 lbs.	38
Currency Bars, 9s., 10 cuts to the lb., Butts, 25 lbs., 1-2 Butts, 12 1-2 lbs.	38
Currency Navy, 2 x 4, 5 1-2s. to lb., 1-2 Butts, 11 1-2 lbs.	38
Currency Navy, 10s., 1-2 Cads, 12 lbs.	38
Stag Bars, 5s., Butts, 16 lbs.	38
Old Fox, 12s, butts 24 lbs, ½ butts 12 lbs.	48
Pay Roll, 10½ oz. bars, 5 cuts to the bar, 7½ cuts to lb, butts 20 lbs.	56
Pay Roll, 2 x 3, 7 to lb, 22 lbs. cads & 12 lbs ½ cads.	56
Pay Roll, 6½ oz. bars, [thin], 7½ spaces to the lb. boxes, 5 lbs.	56
Moose, 14½ oz. Bars, 5 cuts to bar, 5½ cuts to lb., ½ butts, 8 lbs.	40
Tabacs à fumer.	
Empire, 5s., 10s.	36
Rosebud Bars, 6s., Butts, 20 lbs., Boxes, 5 lbs.	45
Amber, 8s, and 3s.	60
Ivy, 1 1-2 x 4, 7s. 17 lbs. butts.	50
Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 8 1-2 lbs. 1-2	

Butts	50
Hudson, 8s cads, 20 lbs.	53
Pacific, 8s cads, 20 lbs.	53
Starlight, 1½ x 4, 7s, 8½ lbs., ½ butts	50

THE B. HOUE CO., LTD., QUEBEC

Cut Smoking Tobaccos

Trappeur —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes	\$.32
1-12 bags, 5 lbs. boxes48
1-2 and 1 lb. pcks.30
Comfort —	
1-8 bags, 5 lbs. boxes32
1-10 bags, 5 lbs. boxes40
1-12 bags 5 lbs boxes48
Casino —	
1-6 pcks. 5 lbs. boxes24
1-2 and 1 lb. pcks.20
O. K. No. 1. —	
1-7 tins to lbs. wooden boxes56
1-6 pcks. 5 lbs. boxes50
O. K. Mixture —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Herse Shoe Solace —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes43
1-2 and 1 lb. pcks.41
1 lb. pck. with pipe inside pcks.43
1-2 lb. tins43
Gold Block —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-12 and 1-6 bags, 5 lbs. boxes50
Brown Shag —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.38
Signum Cut Plug —	
1-12 bags, 5 lbs. boxes48
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 lbs. pcks.38
1-7 tins 10 lbs. wooden boxes56
1-2 tins48
Carillon (for Smoking and Chewing).	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
Corno —	
1 lb. pck. with pipe inside pcks.38
1-9 pcks. 5 lbs. boxes33
Lion Brand —	
1-12 (paper bags), 5 lbs. boxes45
Clabresse —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes22
Houde's No. 1 —	
1 lb. pck. with pipe inside pcks.41
1-6 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.33
Micmac —	
1-10 (paper bags), 5 lbs. boxes30
Houde's Fine Cut —	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Hudson —	
1-12 pcks. 3 lbs. boxes52
1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Golden Leaf —	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes48
1 lb. tins54
1-2 lb. tins58
1-4 lb. tins65
Rainbow —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes70
1-2 lb. tins73
1-4 lb. tins78
1-5 lb. bags, 5 lbs. boxes78
Cremo —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes52
Natural Cut Smoking Tobaccos	
Parfum d'Italie —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes48
Mon Ami (Pure Quesnel) —	
1-8 pcks. 3 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.50
Red Cross —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 pcks.40
1-7 bags, 5 lbs. boxes55
Tiger —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes32
Montcalm —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes30

1-4, 1-2 and 1 lb. pcks.30
Zouave —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes31
1-2 and 1 lb. pcks.30
Encore —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.38
1-6 bags43
Rouge & Quesnel —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes38
1-5-1-2 and 1 lb. pcks.35
Mon Plaisir —	
1-9 pcks. 2 and 5 lbs. boxes70
Quesnel —	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.40
Houde's Best one Dollar Mixture —	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.80
Gold Cross —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. pck.50
Napoleon —	
1-10 pcks. 4 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.35
Blue Cross —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
1-2 and 1 lb. pcks.30
Golden Broom —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
1-2 lb. pcks.31
Houde's Sixty cents. —	
1-7 pcks. 5 lbs. boxes50

Cigarette Tobaccos

Rugby —	
1-8 (slide-boxes), 5 lbs. boxes62
1-14 pcks. 5 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.60
Petit Bleu —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. foil pcks.40
L. L. V. —	
1-2 lb. foil pcks.36
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Petit Poucet —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes48
Le Petit Jaune —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Tri Color —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55
Swoboda —	
1-9 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes64
Carlo —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55

Fine Cut Chewing

Chocolate Fine Cut —	
1 lb. tins60

Plug Chewing

Spun Roll —	
1-16 1 lb. boxes60

Natural Pressed Cut

Original —	
1-4 lb. pcks. 5 lbs. boxes60

Sliced Plug Cut

Transfer —	
1-7 (slide boxes), 5 lbs. boxes50

Atlas —	
1-6 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes44

Alice —	
1-7 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes52

Bamboo (Curved Cut.) —	
1-10 tins, 3 lbs. boxes78

CIGARETTES

Pearls —	par 1000
10s with mouth pieces 500 par bte	4.00

Dufferin —	
10s 500 par boîte	4.50

Cadet —	
10s 500 par boîte	4.00

SNUFF

Landry's Light Snuff —	Kegs ou Jars
Rose No. 128

Merise28
Rose extra32

Macaba34
Scotch, (1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)	.46

Scotch (in 5 lbs. Jars)48
Grand'Mère 1-16 boxes55

Houde's Dark Snuff —	
Natural29
Rose No. 130
Rose & Bean30
Rose Extra32
Merise30
Macaba37
Scotch (in 1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)	.46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares	Le mille
Three Little Champions for 5c.	1/5.... 12.50
Côté's Fine Cheroots.	1/10.... 15.00
Quebec Queen.. . . .	1/20.... 15.00
V. H. C.....	1/20.... 25.00
My Best....	1/20.... 25.00
Doctor Faust.... . . .	1/20.... 28.00
Doctor Faust	1/40.... 30.00
St-Louis [union].. . . .	1/20.... 33.00
Martin [union].. . . .	1/20.... 35.00
Havana Seconds	1/20.... 35.00
Champlain	1/20.... 35.00
V. C. [Union].. . . .	1/20.... 36.00
Martha [union].. . . .	1/20.... 55.00
El Sergeant Premium	1/40.... 55.00
El Sergeant R. V. C.	1/10.... \$60.00
J.C. Cl. Havane, Puritanos 1/20....	75.00

Tabacs Canadiens en feuilles

Balles de 25 et 50 lbs.

Connecticut B. 25 et 50	1905	0.14	0.15
Grand Havane B 25 et 50	1905	0.14	0.15
Parfum d'Italie A.	1905	0.30	0.32
Belgique	25s.	1905	0.25 0.27
Petit Canadien	1904	0.25	0.27
Petite Plug 1-6	1905	0.10	0.12
Quesnel A. M.	1905	0.30	0.35
Rôle No 40, 1-4	1905	0.32	0.34
Rouge A.	1905	0.20	0.22
Rouge G.	1900	0.18	0.20
Rouge Quesnel A.	1904	0.25	0.27
Spread Leaf, Rouge	1905	0.15	0.16
S. Nouveau	1905	0.15	0.17
Petit Havane		0.20	0.22
S. Vieux	1904-1905	0.18	0.20

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs.. . . .	48
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs.	48
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs.65
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs.60
Quesnel, 1/2, quantité à volonté..60
Côté's choice mixture, 1/4 tin..75
Côté's choice mixture, 1/2 tin..70
Côté's choice mixture, 1 lb..65

Tabac en poudre: Rose, 32 cts.; Rose et Fève, 36 cts.; Fève, 34 cts.; Rose Extra, 38 cts.; Râpé, \$1.25; Macaba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 34 cts.

THE EMPORIUM CIGAR CO., SAINT-

HYACINTHE

Cigares	Le mille
Club House.. . . .	1/20.... \$22.00
Le Petit Gars.. . . .	1/20.... 24.00
Little Perfectos.. . . .	1/20.... 26.00
El Maska.. . . .	1/20.... 28.00
Red Bluff	1/20.... 25.00
La Captiva	1/20.... 30.00
The Good Ones.. . . .	1/20.... 33.00
Our Leader.. . . .	1/20.... 35.00
Peruna	1/20.... 35.00
Mont-Pelée.. . . .	1/20.... 37.00
Sir George.. . . .	1/20.... 55.00
Representative	1/20.... 52.00
Emporium.. . . .	1/20.... 55.00
Emporium	1/40.... 60.00
Our Clear Havana	1/20.... 55.00
La Pedida	1/20.... 60.00
El Corso.. . . .	1/20.... 70.00
La Pededa	1/10.... 90.00
Los Angeles	1/40.... 100.00

MAISON ETABLIE EN 1887

JOS. COTÉ

**Importateur et Marchand
de Tabac en Gros**

Bureau et Salle d'Echantillons : = = 188 Rue St-Paul

BASSE VILLE

Entrepot : = = = = 119 Rue St-André

PHONE 1272

BASSE VILLE

Succursale : = = 170 Rue St-Joseph, St-Roch

PHONE 2097

Nous recevons des différents pays d'Europe, par Str. direct à Québec, pour la valeur de \$25,000 00, des **Articles pour Fumeurs**, que nous vendrons à des prix défiant toute compétition. Nous recevons aussi environ **300,000 livres de Tabac en Feuilles**, des marques suivantes, si avantageusement connues :

**S NOUVEAU,
ROUGE,
BELGIQUE,**

**S VIEUX,
ROUGE QUESNEL,
QUESNEL,
et TURC AROMATIQUE.**

**PETIT HAVANE,
PETIT CANADIEN,
PARFUM D'ITALIE,**

Tous ces tabacs sont paquetés en menottes de 1/4 et 1/2 lb.

Messieurs les Marchands de la Puissance qui ont à coeur leur propre intérêt, sont cordialement invités à nous rendre visite.



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumé.

"LANCET"

MONTREAL

VOL. VI



JUIN 1907

No 6

LIQUEURS ET TABACS

LIQUORS & TOBACCOS

Essayez le Nouveau Cigare

**FORTIER'S
CLEAR
HAVANA**

Fait des Meilleurs Tabacs de la Havane par des Cubains.

MANUFACTURE PAR

J. M. FORTIER, Limite, MONTREAL.

À PAS DE GÉANT !

Tous les Records Surpassés.

LA QUALITÉ NETTEMENT ÉLEVÉE

du CHAMPAGNE

MOËT & CHANDON

“White Seal”

Ne Varie Jamais.

Ne Varie Jamais.

Pourquoi ???

MM. Moët & Chandon possèdent plus de vignobles que toutes les principales maisons de Champagne réunies et ont plus de 11 milles de caves, les plus étendues au monde.

Leurs ventes durant l'année ont été de

4,013,684

Bouteilles, chiffre qui n'a jamais été atteint auparavant par aucune maison de Champagne.

Cette Grande Maison offre son produit le plus choisi dans le monde.



“White Seal” LE CHAMPAGNE du jour.

JOHN ROBERTSON & SON, 41 RUE DES COMMUNES, MONTREAL.
SEULS IMPORTATEURS,

LIQUEURS

LIQUEURS ET TABACS—Revue Mensuelle publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2547, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance. France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur **un avis par écrit**, adressé au **bureau même** du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit: **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.
Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, JUIN 1907

No 6

Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal : : :

Incorporée en Juin 1884.

VICTOR LEMAY
Président.
L. A. LAPOINTE
Secrétaire.

DIRECTEURS :

H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARITEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES.
LAWRENCE A. WILSON
L. ETHIER, A. BLONDIN.

Prés. Hon.



JAS. MCCARREY
Vice-Prés.
VICTOR BOUGIE
Trésorier.

AVISEURS :

Maire H. A. ETERS,
M. MARTIN M. P.
Ech. C. ROBILLARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE,
Ex-Maire
J. M. WILSON,
J. M. FORTIER,

Licensed Victuallers' Association of Montreal : : : :

Incorporated June, 1884.

Aviseur Légal : M. J. L. PERRON,
Auditeurs : F. A. CHAGNON et DAN. DAIGNEAULT.

TELEPHONES : { Bell Main 4187,
Des Marchands 621

Bureau : 66 Rue St-Jacques.

AUX MEMBRES

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que, jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association pour l'année 1907, à savoir :

BRASSEURS — BREWERS

MM. Dawes & Co.
" Wm. Dow & Co.
" J. H. & R. Molson, Bros.
Canadian Breweries, Ltd.

Agents de Brasseries—Brewery Agents.

MM. P. L. N. Beaudry, (Labatt's).
" F. Paquette.
" Geo. Sorgius.

Mfrs d'Eaux Gazeuses — Aerated Water Mfrs.

MM. C. Robillard & Cie.
" T. E. Truesdell (Chs. Gurd & Co.)
" J. Christin & Cie.

VINS ET LIQUEURS—WINES & LIQUORS

MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited,
" F. X. St. Charles & Cie,

TO MEMBERS

Sirs,—I have the honor to inform you that up to date the following Business Firms and affiliated members are in good standing with the Association. for the year 1907, viz :

Extraits de Bœuf, etc.—Beef Extracts, etc.

MM. Bovril Limited—Fluid Beef.
" Colonial Fluid Beef.

COMPTABLES—ACCOUNTANTS

MM. Alex. Desmarteau.
" F. X. Bilodeau.

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

MM. Médéric Martin.
" W. R. Webster & Co. (Sherbrooke).
" L. O. Grothé & Cie.
" S. Davis & Sons.
" P. Chaput, (La Champagne).
" V. Forest.

" Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd.
 " F. Arpin & Cie, Marieville
 " Meagher Bros. & Co.
 " D. Masson & Cie.
 " J. M. Douglas & Co, (a'ts, John Dewar & Sons, Ltd.)
 " Boivin, Wilson & Cie.
 " Hudon, Hébert & Cie, Ltée.
 " Laporte, Martin & Cie, Ltée.
 " L. Chaput, Fils & Cie.
 " Wm. Farrell, Ltd.
 " N. Quintal & Fils.
 " Gillespies & Co., (Agt., E. W. Parker.)
 " H. O. Wootten, Mgr (J. Robertson & Son, Ltd.)

DISTILLATEUR — DISTILLER

M. H. Corby, Belleville, Ont.

EMBOUTEILLEUR—BOTTLER

M. John Bishop.
 " Thos. Kinsella.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction d'exiger le paiement des contributions de 1907 et des arrérages dûs à l'Association. En conséquence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés d'en faire parvenir le montant au Secrétaire aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,

Votre obéissant serviteur,

L. A. LAPOINTE,
Secrétaire.

ASSEMBLEE GENERALE MENSUELLE DE L'ASSOCIATION DES COMMER- CANTS LICENCIES DE VINS ET LIQUEURS DE LA CITE DE MONTREAL

Une assemblée générale mensuelle de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal, a eu lieu le 1er mai, au "Monument National", sous la présidence de M. Victor Lemay, président.

Etaient présents MM. Jas. McCarrey, A. J. Ayotte, N. Tremblay, Jos. Bariteau, H. A. Dansereau, N. Gauthier, Eug. Masse, L. A. Wilson, Patrick McGoogan, L. S. Monast, Michel Patenaude, Jos. Roch, H. Villeneuve, A. N. Monast, J. Damp-house, R. Renaud, P. Ménard, Ernest Trudeau, Adélard Baillargeon, Jos. Boyer, L. N. Picotte, F.-X. Brazeau, Louis St-Germain, F.-X. St-Jean, Arthur Héti, J. Bousquet, H. A. Létourneau, C. E. Thibault, C. Labelle, D. Masson, Sr., W. Roy, et plusieurs autres et le secrétaire.

Les minutes de la dernière assemblée sont lues et approuvées.

En l'absence du trésorier, le secrétaire soumet l'état des recettes et des dépenses durant le mois écoulé, lequel est adopté.

Soumise et lue une proposition de M. R. Ashton, offrant d'entretenir les pompes à bière à certaines conditions.

Laissée sur la table.

Le secrétaire fait rapport que deux nouveaux membres, MM. A. Otis et Chs. Charbonneau, ont été admis depuis la dernière assemblée.

Le secrétaire soumet la question des clauses suspensives et résolutives, en ce moment en litige devant les commissaires des licences.

Il explique la portée des deux clauses généralement insérées dans les contrats de vente entre acquéreur et vendeur d'un établissement licencié.

Toute l'affaire est référée au Bureau de Direction qui est autorisé à décider pour le meilleur avantage de l'Association.

La principale question discutée a été celle de la formation d'un compagnie

DIVERS — MISCELLANEOUS

MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
 " Edouard Biron, Notaire Public.
 " Otto Zepf. Mch. de Bouchons.
 " Cousineau, Raymond & Hall, Agts. d'Imm.
 " A. P. Pigeon, Imprimeur.
 " Alfred Richard, Maître Boucher.
 " Thos. Burdett, Pompes à Bière, etc.
 " C. E. Thibault, Ent. Plombier.

MARCHANDS — MERCHANTS

MM. Siméon Beaudin, Valleyfield.
 " H. H. Guay, Victoriaville.
 " J. O. Girard, Fraserville.
 " L. Bécigneul, Lac Mégantic.

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

FEES ARE NOW DUE

I have received instruction from the Board of directors to collect the fees of 1907 and arrears due to the Association. Consequently those who have not yet paid are requested to send in the amount to the Secretary, as soon as possible.

I have the honor to be, Sir,

Yours truly,

L. A. LAPOINTE,
Secretary.

composée de membres de l'Association pour l'exploitation d'une brasserie.

M. L. A. Wilson, suggère que les membres de l'Association soient consultés au sujet du montant qu'ils auraient l'intention de verser dans cette entreprise. Il croit que les capitalistes s'y intéresseront, et, pour sa part, il est disposé à y mettre un certain montant.

Le président, M. V. Lemay et le secrétaire, annoncent leur intention de faire de même.

Après quelque discussion l'Assemblée se montre très favorable à la formation d'une semblable compagnie, et il est définitivement proposé par M. J. Bousquet et résolu unanimement d'approuver et de confirmer les propositions adoptées en assemblée mensuelle le 6 mars dernier.

Il est résolu que, suivant la coutume, l'Association n'aura pas d'assemblées générales pendant les mois de juin, juillet, août et septembre. En conséquence, la première assemblée générale de l'Association n'aura lieu que le premier mercredi d'octobre prochain.

Et la séance est levée.

LE WHISKY DE DEWAR

se vend plus abondamment que jamais.
On peut l'obtenir de tout marchand de

Gros, Jobber et Détaillant de premier

ordre. Le Whisky qui occupe le pre-
mier rang partout où vous allez!

ASSEMBLEE DU BUREAU DE DIRECTION DE L'ASSOCIATION DES COMMERÇANTS LICENCIÉS DE VINS ET LIQUEURS DE LA CITE DE MONTREAL.

Une assemblée du Bureau de Direction de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal a eu lieu le 30 avril, sous la présidence de M. Victor Lemay, président.

Etaient présents: MM. Jas. McCarrey, V. Bougie, Nap. Tremblay, Eug. Masse, Naz. Gauthier et le secrétaire.

Le procès verbal de la dernière assemblée est lu et ratifié.

Les correspondances suivantes sont soumises et lues

De M. Naz. Latraverse, Sorel, Re Contribution; de M. N. L. Duhaime, Sabrevois, Re droits des licences; de M. A. Brosnan, Re Copies des amendements; de M. R. Ashton, Re Pompes à Bière, référée à l'assemblée générale mensuelle du mois de mai.

Soumissions et lues les démissions, comme membres de l'Association, de M. Geo. Dufresne, Trois-Rivières et de Madame J. B. Arcand, Montréal.

Ces démissions sont acceptées.

Proposé par M. V. Bougie, secondé par M. Nazaire Gauthier, que les personnes suivantes soient admises membres de l'Association:

M. A. Otis, hôtelier, 9 rue Dorchester-Ouest; M. Chas. Charbonneau, hôtelier, 84 rue St-Jacques.—Adopté.

Au sujet des clubs, dont il a été question à la séance précédente, le secrétaire déclare qu'il va se mettre en rapport avec l'Honorable Trésorier Provincial et lui soumettre les vues de l'Association sur cette question.

Le président, le secrétaire et le trésorier font rapport qu'ils n'ont pas cru devoir s'intéresser davantage aux propositions commencées depuis quelque temps ayant trait à l'achat de la brasserie Salvador et dont il a été question à l'assemblée précédente des directeurs. Des conditions, à tout point de vue désavantageuses à l'organisation d'une compagnie régulière, sur des bases solides, sont la cause de l'abandon des négociations entamées.

M. Victor Bougie ajoute que le président, le secrétaire et lui-même ont fait des déboursés relativement à ce sujet et qu'il se croit en droit d'en demander le remboursement.

Il est alors proposé par M. Naz. Gauthier, que les déboursés encourus par le président, le secrétaire et le trésorier, au cours des démarches au sujet de l'acquisition de la brasserie Salvador, dont M. L. Reinhardt est le propriétaire, leur soient remboursés, en par eux, transportant à l'Association toutes réclamations que de droit à ce sujet.

Plusieurs comptes sont soumis et approuvés, et la séance est levée.

VINS ET SPIRITUEUX EN ENTREPOT

Allocation pour manquants

Avant que la Chambre des Députés et le Sénat se séparent, ils ont voté un amendement à la Loi des douanes présenté par l'Hon. Paterson, ministre des douanes, qui se lit comme suit:

"Est modifié l'art. 90 de la dite loi (Loi des douanes) par l'addition des mots qui suivent à la fin du dit article: "Toutefois il peut être fait une allocation ne dépassant pas deux pour cent par année et ne dépassant en aucun cas huit pour cent de la quantité totale pour les écarts en moins du mesurage des vins et spiritueux en fûts, provenant de causes naturelles, après que ces vins et spiritueux ont été déclarés à l'entrée en entrepôt, et avant leur sortie d'entrepôt, en exécution de règlements du Gouverneur en conseil."

Jusqu'à présent l'importateurs qui mettaient en entrepôt des vins et des liqueurs était contraint d'acquitter à la sortie les droits sur les quantités constatées au moment de l'entrée en entrepôt. Aucune allocation n'était faite pour les pertes qui pouvaient se produire soit par évaporation, soit par coulage, soit par imbibition ou toute autre cause naturelle. Il en résultait souvent des pertes sensibles pour le commerce, et que rien ne pouvait justifier, puisque les droits frappaient une chose qui n'existait pas et ne pouvait, par conséquent, pas entrer dans la consommation.

Depuis longtemps les importateurs de vins et de liqueurs réclamaient en vue d'obtenir que la douane tînt compte des manquants à la sortie. Nous savons de bonne source qu'ils se déclarent satisfaits de l'allocation qui leur est accordée par l'amendement à la loi citée plus haut. Leurs persévérance a été récompensée.

MM. L. Chaput, Fils & Cie, vont incessamment mettre sur le marché tout embouteillés, les excellents Portos de la maison Storemouth, Tait & Co., d'Oporto, sous la marque "House of Lords." Ce nom vient de ce que la maison Storemouth, Tait & Co., a le privilège exclusif de la fourniture des vins de Porto en fûts à la Chambre des Lords d'Angleterre.

M. G. W. Dow, gérant de MM. John Robertson & Son, Ltd, nous avise que la vente du Champagne Moët et Chandon, d'Epernay, marche très bien. Une première consignment de 1,400 caisses est déjà vendue et une seconde est actuellement en route.

Ce résultat prouve en faveur de l'énergie des représentants de MM. John Robertson & Son, Ltd., qui n'ont cette agence que depuis environ un mois.

Toutefois, ils ont été considérablement aidés dans leur placement par la qualité supérieure et partout reconnue des Champagnes Moët et Chandon.

AMENDEMENT A LA LOI DES LICENCES DE QUEBEC

La vente des liqueurs

Une loi a été passée à la dernière session du Parlement provincial qui amende la loi des licences en ce qui concerne les licences du commerce de gros.

Cet amendement intéresse également les épiciers et les hôteliers, en ce sens qu'ils ne seront plus tenus désormais d'acheter deux gallons d'une seule et même liqueur, comme les y obligeait d'une manière détournée la loi, avant qu'elle ne fût amendée.

Nous n'avons pas sous les yeux le texte même de la loi, mais à une demande qui lui a été faite par une maison de gros de cette ville, le gouvernement provincial a donné les renseignements suivants sur la signification de la loi amendant la loi des licences sanctionnée le 14 mars dernier, en ce qui concerne la vente des liqueurs en gros:

"En vertu d'une licence pour la vente des liqueurs en gros, les deux gallons ou douze bouteilles vendues en une seule fois doivent être d'une seule et même espèce de liqueur, sous les pénalités mentionnées, sauf dans le cas de liqueurs importées en bouteilles ou flacons cachetés; dans ce cas, il doit être vendu une douzaine de bouteilles à la fois, mais cette douzaine peut être composée d'espèces différentes de liqueurs."

De ce qui précède, on doit conclure que le licencié pour la vente en gros ne pourra pas vendre, en une seule fois, moins de deux gallons—ou de 12 bouteilles réparties contenir ensemble deux gallons—de gin canadien, de rye canadien ou de whisky canadien. Si un épicier licencié pour la vente au détail veut acheter ces trois liqueurs, il lui faudra demander au minimum deux gallons de chacune d'elles, soit six gallons.

Par contre, il pourra obtenir 3 bouteilles de cognac, 3 bouteilles de chartreuse, 3 bouteilles de Scotch et 3 bouteilles d'absinthe, puisque l'ensemble forme douze bouteilles de liqueurs importées.

De même, il pourrait donner un ordre pour douze bouteilles dont chacune contiendrait une liqueur différente des autres à condition que toutes ces liqueurs soient importés en bouteilles ou flacons cachetés et son fournisseur n'hésiterait pas, en raison de l'amendement à la loi des licences interprété ci-dessus, à remplir une commande ainsi libellée.

Nous attirons l'attention des hôteliers et embouteilleurs sur le stock de MM. S. H. Ewing & Sons, qui importent et manufacturent des bouchons coupés à la main et des bouchons coupés à la machine. Cette maison tient aussi en stock des capsules pour bouteilles, de la broche d'embouteilleurs, etc., en un mot tous les articles nécessaires pour la mise en bouteilles des vins, bières et liqueurs.

Jules Robin & Cie

COGNAC



LE

COGNAC

Jules Robin & Cie,

a été le leader sur le marché
canadien pendant au-delà d'un
demi-siècle et entend conser-
ver sa position

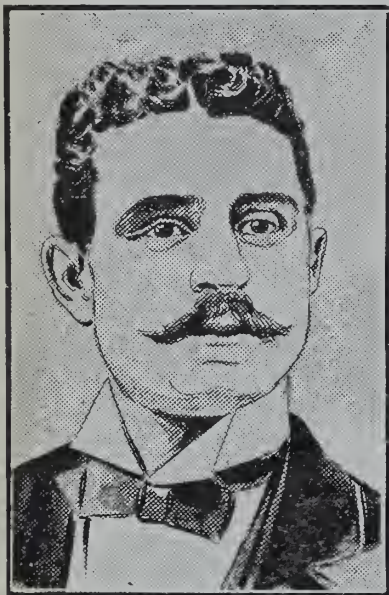
En vente chez tous les principaux
Négociants en Vins.

JOHN HOPE & CO.,

Agents pour le Canada,

ASSOCIATION DES VOYAGEURS DE
COMMERCE DE MONTREAL

"Liqueurs et Tabacs" se fait un devoir de saluer à sa naissance l'Association des Voyageurs de Commerce de Montréal.



M. Bruno Charbonneau, président

Cette Association nouvellement fondée a pour objet de grouper tous les voyageurs de commerce qui ont pour champ d'action Montréal et sa banlieue immédiate, c'est-à-dire 2,400 voyageurs de commerce. L'Association est ouverte à tous les voyageurs de commerce et bien qu'elle ait été fondée par



M. Alphonse Moisan, 1er vice-président

des canadiens de langue française, ceux qui sont à sa tête ne négligent rien pour attirer dans le sein de l'Association les voyageurs de langue anglaise.

Une association qui comprendrait la grande majorité, sinon la totalité des voyageurs de commerce de Montréal de-

vrait nécessairement avoir une influence considérable d'autant plus que parmi les membres déjà inscrits on compte un certain nombre d'hommes qui personnellement ne manquent pas d'influence.

Le but des membres associés est de veiller aux intérêts nombreux de tous les voyageurs de commerce, d'avoir un lieu de réunion confortable où chacun puisse se délasser ou se distraire d'une manière agréable après les journées si bien remplies du voyageur de commerce. A cet effet, les membres du comité actuel se proposent de louer une maison dans laquelle on puisse trouver tous les avantages d'un club "up to date."

L'Association a fait choix de ses officiers qui jusqu'au mois de janvier prochain, époque à laquelle auront lieu les élections, constitueront à vrai dire un comité d'organisation. Le choix



M. H. Pinet, 2e vice-président

est excellent, ce sont des hommes bien connus dans le monde du commerce de Montréal et la confiance qu'ils inspirent est telle que, sans grand travail de propagande, quatre cents voyageurs de commerce se sont déjà rangés sous leur bannière.

Voici la composition du bureau de direction :

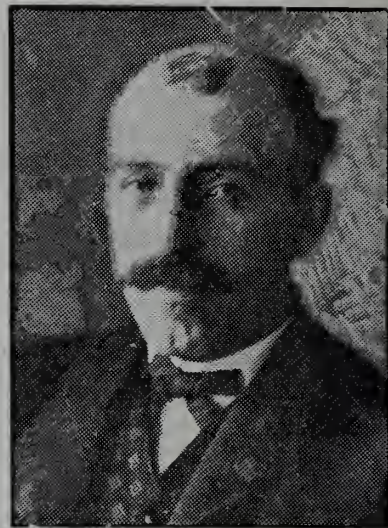
M. Bruno Charbonneau président ; M. Alphonse Moisan, premier vice-président ; M. H. Pinet, second vice-président ; M. J. A. Jacob, secrétaire ; M. Willie Wise, assistant secrétaire ; M. J. Arthur Cartier, trésorier.

Les auditeurs sont : MM. E. Falardeau et P. V. Guay et les directeurs, MM. J. E. Hurtubise, Alexis Dessane, H. H. Hardy, J. L. Filteau, Alex. Michaud, Eugène Hamel, Eugène chevrier et J. E. Déry.

Ce bureau de direction s'est assemblé pour la première fois le 4 mai dans les bureaux de la Dominion Corset Mfg

Co., mis gracieusement à sa disposition par M. Alphonse Moisan, 1er vice-président de l'Association.

En l'absence de M. Bruno Charbonneau retenu chez lui pour cause de deuil, M. A. Moisan présida la réunion à laquelle assistait presque tous les directeurs.



M. J. A. Jacob, secrétaire

C'est à cette assemblée que furent élaborés les règlements de l'Association.

Avant l'ajournement, l'assemblée adopta une résolution offrant ses condoléances à M. Bruno Charbonneau à l'occasion de la perte récente d'un de ses enfants et décida qu'une copie de



M. Willie G. Wise, assistant-secrétaire cette résolution serait adressée aux journaux.

* * *

L'Association des Voyageurs de Commerce de Montréal demandera prochainement une charte d'incorporation.

OTTO ZEPF, Gérant.

FREYSENG CORK COMPANY, LIMITED.

Coupés
à la Machine

BOUCHONS

Coupés
à la Main.

Nous réparons les Tire-bouchons de tout genre.
Confiez-nous vos réparations.
Nos prix sont modérés.

655-661, RUE ST-PAUL,
MONTREAL, QUE.

TELEPHONE BELL: MAIN-844.



BISQUIT

"Old Liqueur"

(20 ANS D'AGE)

— ET —

"Une Etoile"

BRANDY DE PUR RAISIN

Méfiez-vous des Substitutions.

Exportés par

Bisquit, Dubouché & Co.,

JARNAC — COGNAC

ETABLIS EN 1819.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

WALTER R. WONHAM & SONS,

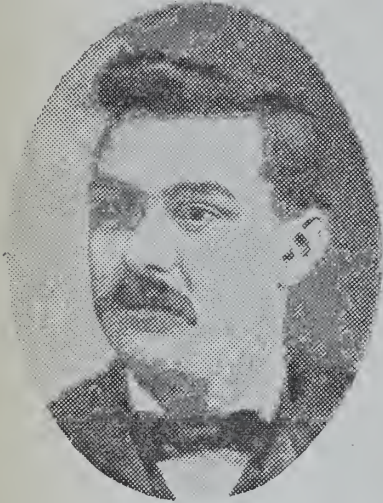
MONTREAL:



LE MARCHAND ET LA SPECULATION SUR LES MINES

"Comment se font les paiements," demandons-nous à un négociant de gros ?

Ils seraient meilleurs, nous fut-il répondu, si un bon nombre de détaillants n'étaient en proie à la folie des mines.



M. J. Arthur Cartier, trésorier

C'est une réflexion qui nous a été faite maintes fois dans le passé et sur laquelle nous avons déjà eu l'occasion de dire quelques mots.

Depuis la découverte de richesses minières dans le district de Cobalt, nous avons assisté à une explosion—le mot n'est pas trop fort—de Compagnies mi-



M. E. Falardeau, auditeur

nières, il ne se passe pas de semaine sans qu'il s'en forme de nouvelles.

La région de Cobalt est sûrement très riche en minéraux mais tous les claims ne sont pas également productifs. La quantité des claims à exploiter a donné naissance à un grand nombre de Compagnies d'exploitation plus ou moins sé-

rieuses. Nous n'en connaissons pas le nombre, nous savons seulement qu'il est considérable et que la capitalisation de ces compagnies se chiffrait le mois dernier à \$365,515,000 et du train dont vont les choses cette somme s'augmente chaque semaine, depuis quelque temps, d'une dizaine de millions en moyenne.

Connaissant ces faits on peut se demander, malgré la richesse réelle en minéraux du district de Cobalt, quelle est la quantité de minéral à extraire du sol pour pouvoir annuellement payer un dividende raisonnable aux capitaux engagés et si jamais on en pourra extraire suffisamment, pour rembourser le capital.

Il est certain que dans le nombre des claims actuellement en exploitation ou qui seront exploités dans l'avenir, il s'en rencontrera qui donneront de très beaux,



M. P. V. Guay, auditeur

disons même d'énormes profits. Mais ces claims sont l'exception et tant qu'on n'a pas frappé le minéral, les actions sur ces claims ne sont guère que des billets de loterie. Du fait qu'un claim est voisin d'une mine riche en minéral, il ne s'ensuit pas qu'il doive être productif et c'est cependant sur ce voisinage que tablent généralement les prospectus des lanceurs de compagnies minières.

Il est possible de faire de l'argent dans les mines, le nombre de ceux qui s'y sont enrichis est cependant bien restreint, si on considère le nombre de ceux qui s'y sont appauvris ou ruinés.

Ceux qui ont pu gagner de l'argent sont ceux qui étaient sur le "ground floor", c'est-à-dire ceux qui ont contribué à la formation de compagnies minières et se sont débarrassés de leurs parts de fondateurs alors qu'on faisait mousser les actions.

D'autres ont pu par la suite s'enrichir

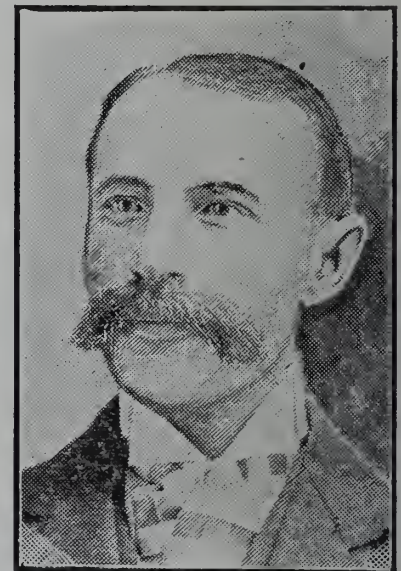
avec des actions achetées à bas prix, mais ces actions au moment où ils les ont achetées n'avaient guère intrinsèquement que la valeur du papier de leur certificat d'actions, ou, comme nous le disons plus haut, d'un billet de loterie.



M. Alexis Dessane, directeur

Un marchand a-t-il le droit de risquer l'avenir de son commerce sur un billet de loterie? Telle est la question qui se pose. Il n'est pas un homme sensé, pas un marchand ayant le souci de faire honneur à ses affaires qui n'ait la réponse toute prête à cette question.

Nous n'ajouterons pas un mot de plus.



M. H. H. Hardy, directeur

Depuis le commencement du printemps la consommation des bières légères a beaucoup augmenté. Pour faire face à la demande toujours croissante des bières Pabst de Milwaukee, MM. L. Chaput Fils & Cie, en ont toujours en stock une forte quantité; ils viennent d'en recevoir deux chars dernièrement.



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.

“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR
HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.
WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

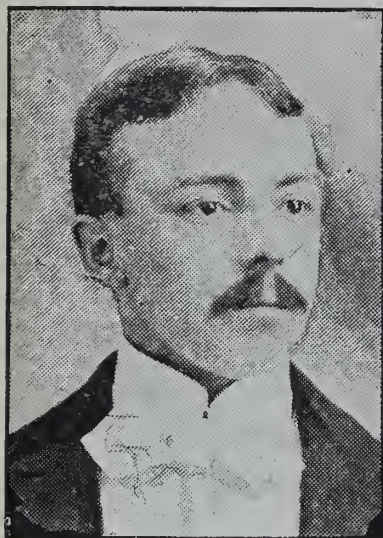
ENTREPOTS :
LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS : WALTER R. WONHAM & SONS
6 RUE ST-SACRAMENT, MONTREAL

L'HOTEL ST. LAWRENCE HALL

Bien que le Canadian Pacific Railway ait acheté le St-Lawrence Hall, au coût de \$550,000, cet hôtel célèbre ne disparaîtra pas.

Le 1er mai, le Canadian Pacific



M. J. L. Filteau, directeur

Railway a pris possession de la bâtisse et, à la même date, MM. Higgins & Cooper sont devenus seuls locataires de la portion entière que l'hôtel occupait dans l'édifice, un bail ayant été dûment signé à cet effet. La rotonde du "Hall" devra disparaître et l'hôtel n'occupera plus le rez-de-chaussé. Les salons spacieux de l'hôtel au premier

veau des nouvelles conditions; ces travaux de restauration comprendront un élargissement de l'escalier, et un ascenseur donnant un service de premier ordre, afin que cette élévation d'un étage n'apporte aucune difficulté aux transactions commerciales. L'entrée principale de l'hôtel sera là où se trouve actuellement l'entrée des dames, et quand les modifications seront achevées, les hôtes trouveront de grandes commodités pour se rendre à l'étage principal de l'hôtel. MM. Higgins & Cooper ont l'intention de gérer cet hôtel comme un hôtel de famille de premier ordre. Ils ont géré de cette manière, et avec succès, un certain nombre d'hôtels aux Etats-Unis, pendant ces dernières années, et ils pensent que Montréal est une ville assez grande



M. Eugène Hamel, directeur

pour qu'ils y tentent la même expérience.

RYE CORBY

Les journaux quotidiens ont donné la nouvelle il y a quelques jours, d'un incendie de la distillerie Corby, à Belleville, Ont.

Nous sommes heureux d'annoncer à nos lecteurs que les entrepôts de cette distillerie où existent d'immenses approvisionnements des produits distillés n'ont nullement été atteints par l'incendie.

En conséquence, la H. Corby Distillery Co. Ltd. continue, comme par le passé, à servir sa clientèle sans le moindre retard dans les livraisons.

Cette nouvelle rassurera bon nombre de nos lecteurs qui, sur des rapports incomplets, ont pu craindre d'être privés pour un certain temps de la vente de l'excellent rye Corby dont la vogue s'accroît de jour en jour.

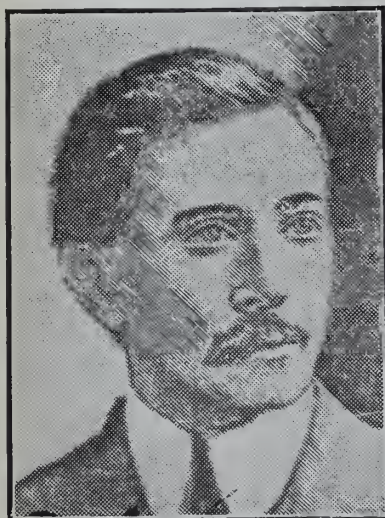
LE WHISKY IRLANDAIS

La fabrication du whisky irlandais se fait encore par le même procédé qu'au début. La distillation du whisky en alambic à feu nu est tradition-



M. Eugène Chevrier, directeur

nelle et on ne peut réellement pas fixer la date de la découverte de cet art où de son introduction en Irlande; mais, le même procédé et les mêmes matières sont employés depuis un temps immémorial et l'art de la distillation qui nous a été enseigné par les moines d'autrefois a seulement été perfectionné par les inventions de la science moderne. Ces hommes instruits auxquels



M. Alex. Michaud, directeur

étage, immédiatement au-dessus de la rotonde subiront des changements complets, de telle sorte que l'entrée de l'hôtel sera au premier étage ainsi que le bureau et la salle des pas-perdus. En outre, le premier étage sera restauré considérablement pour le mettre au ni-



M. J. E. Déry, directeur

les arts et la littérature doivent tant, voyant que l'Irlande n'était pas un pays producteur de raisin, utilisèrent les meilleures matières à leur disposition et fabriquèrent le meilleur alcool qu'ils purent en distillant le malt et le grain, dit "Wine & Spirit Journal."

La Seule Véroitable Eau de

Vichy

Cette Source est sous le
contrôle du Gouverne-
ment de la République
Française :: :: ::



Célestins

Seules les eaux qui en
proviennent sont auto-
risées à porter le nom
de CÉLESTINS :: :: ::

Cette bande tri-
colore sur chaque
bouteille, est la



Garantie que
vous avez la Vé-
ritable eau de . .

VICHY



CÉLESTINS

Se vend en Bouteilles seulement.

SEULS AGENTS

BOIVIN, WILSON & Cie - Montréal

C'est certainement dans cette partie du Royaume-Uni appelée Irlande, que l'art de la distillerie a débuté et on pourrait consacrer de nombreuses pages intéressantes aux luttes et aux aventures des fabricants de "Potheen," ainsi qu'on appelle l'alcool fabriqué illicitement. Dans leurs cavernes sauvages, taillées dans le roc ou leurs vallées désertes, ces distillateurs amateurs se servaient de l'alambic à feu nu et de matériaux ayant quelque similitude avec ceux qui sont employés dans les grandes distilleries de notre époque; mais ils ne disposaient que d'un seul alambic, quelquefois très rudimentaire, dont le produit était un alcool plutôt brut, correspondant à ce qu'on appelle "Feints" dans la distillerie moderne.

Bien que nous parlions au passé, on ferait une grave erreur en supposant qu'il ne se fabrique pas de "Potheen" en Irlande maintenant. Au contraire, on a insinué que l'étranger curieux qui visite l'ouest et le sud et qui désire connaître ce whisky, peut ordinairement satisfaire sa curiosité au poste de police le plus rapproché; mais l'auteur n'a jamais eu besoin d'aller aussi loin, on lui en a offert maintes et maintes fois, souvent avec du lait de chèvre, dans les solitudes de Kerry et de Galway, par les paysans de la localité qui accompagnaient cette offre de leurs compliments ordinaires. Cependant c'est plutôt comme curiosité qu'on trouve du "Potheen" aujourd'hui, et le revenu souffre peu ou pas de cette fabrication clandestine.

Mais revenons à notre sujet. Le seul secret pour faire de bon whisky consiste à employer les meilleures matières, à en surveiller avec soin le brassage et à en opérer la distillation dans un alambic à feu nu placé directement au-dessus de la source de chaleur. Cela semble assez simple; il faut cependant exercer le plus grand soin durant tout le procédé de fabrication pour produire un alcool réellement fin.

L'alambic "Patent" est une création des temps modernes, qui a trouvé faveur auprès de beaucoup de personnes à cause de la plus grande rapidité et de la plus grande économie avec lesquelles il fonctionne; de plus on peut y distiller tout ce qu'on veut.

La mode change pour les breuvages comme pour d'autres choses et le Brandy et Soda en faveur, il y a environ une génération, a cédé sa place au Whisky et Soda; le whisky irlandais qui était en vogue autrefois a cédé sa popularité au Scotch pendant ces dernières années. Il ne faut pas chercher bien loin les raisons pour lesquelles le whisky irlandais a été détrôné. C'est probablement parce que le marché anglais a été inondé d'alcool de qualité inférieure, et il semble que l'histoire

pourrait se répéter en ce qui concerne le Scotch. Toutefois il y a une chance pour que le produit de la verte Erin reprenne de la vogue, si une bonne qualité moyenne est maintenue, car le public, comme on le sait, est le meilleur juge, en fin de compte.

M. J. A. Moffat, qui vient d'être nommé gérant de la maison John Labatt pour la Province de Québec, est une personnalité bien connue dans les milieux sportifs et militaires de Montréal ainsi que dans le monde des affaires.

M. Moffat, qui est originaire de Montréal, est âgé de quarante-trois ans.

Pendant quinze ans il a été le commis en chef du Windsor Hôtel; durant cette longue période il a été continuellement en rapports avec nombre de nos concitoyens les plus importants et l'on peut ajouter



M. J. A. Moffat

que son affabilité lui a fait autant d'amis que de nouvelles connaissances.

M. Moffat jouit parmi nos amateurs de sport d'une popularité bien gagnée, car il est champion d'Amérique, Etats-Unis et Canada, pour les courses Cross-country, distance d'un demi-mille; il est membre à vie de la M. A. A. A. et appartient au Longueuil Boating club.

Il a longtemps fait partie des Victoria Rifles où il était premier sergent et joignit ensuite le 85e Bataillon.

Nous souhaitons à M. Moffat d'avoir dans sa nouvelle carrière le même succès qu'il a rencontré auparavant.

Avec la réouverture de la navigation, les importations de vins de France commencent à arriver. MM. L. Chaput Fils & Cie viennent de recevoir 100 caisses de Champagne Louis Roederer; 100 caisses de Saumur mousseux de De Neuville et Cie, en bouteilles, 1-2 bouteilles et 1-4 de bouteilles; et aussi une large consignment de clarets en fûts de Audinet et Buhan de Bordeaux.

LE VIEILLISSEMENT DES EAUX-DE-VIE

(Suite) (1)

On peut juger d'après cette énumération, très incomplète, des corps entrant dans la composition de l'eau-de-vie de vin, pour la très faible proportion d'environ 2 à 6 grammes par litre à 100°, ce que peut être une analyse complète de ce liquide et ce qu'il faut de science, de pratique, de temps, sans parler d'un outillage perfectionné pour en garantir l'exactitude et, le cas échéant, pour qu'elle puisse servir de base à une sanction légale.

Partant de cette composition théorique, cherchons à préciser la nature des phénomènes et des réactions susceptibles de se produire dans une eau-de-vie abandonnée à elle-même et qui, en réalité, donnent lieu au vieillissement naturel.

Ces phénomènes qui sont, à la fois, d'ordre physique et d'ordre chimique, peuvent être résumés de la façon suivante

1o Formation d'aldéhydes et d'acides par l'oxydation des divers alcools existant dans l'eau-de-vie.

2o Formation d'acétals odorants par suite de la combinaison, avec les alcools, des aldéhydes de l'eau-de-vie et de celles formées par oxydation.

3o Ethérification des alcools sous l'influence, soit des acides libres de l'eau-de-vie, soit de ceux résultant de l'oxydation.

4o. Evaporation lente d'une quantité importante de l'alcool éthylique et de l'eau grâce à la porosité des douves et à la température ambiante concentration, par ce fait, des éléments organiques autres que l'alcool éthylique, constituant l'arôme et le bouquet.

5o Dissolution, par l'alcool, de certaines matières extractives du bois de chêne et, en particulier, de la matière colorante.

On voit, d'après cela, que le facteur principal du vieillissement est bien l'oxygène de l'air dont l'action s'exerce dans la masse et à la surface libre du liquide, en pénétrant à travers les douves.

On comprend aussi que la chaleur, adjuvant précieux de la plupart des combinaisons chimiques, puisse être appelée à jouer un rôle assez important en favorisant les réactions d'oxydation et d'éthérification; mais elle aura, d'autre part, l'inconvénient de trop activer l'évaporation et par là même d'augmenter, d'une manière sensible, la proportion du déchet total qui est la conséquence inévitable du vieillissement.

On s'explique enfin comment, par le développement, au sein du liquide, de nouveaux éléments (éthers, aldéhydes, acétals), essentiellement odorants et aromatiques, le parfum d'une eau-de-vie vieille est plus concentré que celui de

(1) Voir "Liqueurs et Tabacs", d'avril 1907.



Scotch Whisky

"OLD ISLAY"

DE

SHERRIFF

Un des plus célèbres whiskies des "Vieux Pays" qui devient également bien connu dans le nouveau monde. Vous êtes sûr de satisfaire chaque client à qui vous recommandez le "Old Islay" de Sherriff.

HIGH WINES ET ALCOOL STANDARD

(E. W. PARKER, MONTREAL)

UN ALCOOL NEUTRE, INCOLORE, CONVENANT
À TOUS LES USAGES. GARANTI PAR LE GOU-
VERNEMENT CANADIEN AVOIR MURI EN EN-
TREPOT PENDANT DEUX ANS :: :: :: ::

GILLESPIES & Co., - - 12, rue St-Sacrement, Montréal

AGENTS VENDEURS.

l'eau-de-vie nouvelle et même en diffère complètement. Ces divers produits ne se forment, il est vrai, qu'en portions parfois infinitésimales, mais ils suffisent, néanmoins, grâce à l'extrême intensité de leur pouvoir odorant, à imprégner la masse tout entière et à modifier, tout en le renforçant dans une large mesure, l'arôme initial.

En dehors de tous les phénomènes d'oxydation que nous venons de mentionner, le rôle actif et primordial de l'oxygène peut être rendu évident par ce fait qu'une eau-de-vie enfermée, au sortir de l'alambic, dans un récipient en verre bouché hermétiquement puis cacheté à la cire, ne laisse apparaître, même après de longues années, que des transformations insignifiantes.

Parmi les nombreuses et souvent mystérieuses influences qui interviennent dans le vieillissement, l'action du bois de chêne n'est pas l'une des moindres et le mauvais choix du logement peut être invoqué souvent comme une des principales causes de la médiocrité de certaines eaux-de-vie.

Les bois merrains qui servent à confectionner les futailles, indépendamment de la cellulose qui en constitue la partie essentielle, contiennent de la "quercine", sorte de résine à odeur balsamique spéciale; de "l'acide gallique;" du "quercitrin", matière colorante du chêne qui est l'agent principal de la coloration "jaune vieil or;" un tanin particulier ou "acide quercitanique;" une "matière extractive amère", etc., etc.

La plupart des principes solubles dans l'eau ont été éliminés, avant l'utilisation des fûts, au moyen de l'échaudage préalable à l'eau bouillante ou à la vapeur, lequel est d'ailleurs indispensable; quant aux autres substances, notamment la "quercine", le "quercitrin", l'acide quercitanique", elles sont suffisamment solubles dans l'alcool pour contribuer, d'une façon appréciable, à donner à l'eau-de-vie vieille outre la couleur et le "corps", certaines de ses propriétés.

On conçoit, sans peine, que le séjour de l'eau-de-vie dans le bois ne doive pas être prolongé au-delà d'une certaine limite, sinon la spirituosité diminuant de plus en plus, le liquide deviendrait "plat", dépourvu de "montant" et, finalement, peu agréable. On n'aurait plus qu'une eau-de-vie "usée, passée". Quand le degré s'est naturellement abaissé aux environs de 40° à 45° ce qui, pour des eaux-de-vie distillées à 70° et convenablement soignées, arrive normalement après 30 à 40 ans d'âge, le moment est venu de les retirer du fût, soit qu'on les mette en bouteilles pour les livrer à la consommation, soit qu'on les utilise pour réduire et bonifier des eaux-de-vie plus jeunes et plus fortes en degré; mais, dans tous les cas, il est bon d'éviter que le degré ne devienne inférieur à 40°, titre qu'on doit

considérer à peu près comme l'extrême limite. L'eau-de-vie qu'on laisserait tomber au-dessous de ce degré s'affaiblirait sans aucun profit, au contraire.

Nous avons fait allusion, à différentes reprises, à la déperdition tant en volume qu'en degré, qu'entraîne le vieillissement. On a pu constater, en effet, que cinq hectolitres d'eau-de-vie à 70° conservés 25 ans dans le même fût ont été réduits à trois hectolitres et demi à 50°. Ce déchet, comme on le voit, est loin d'être négligeable et serait désastreux s'il n'était largement compensé, d'autre part, par une augmentation correspondante de la qualité et de la valeur marchande. On estime, en effet, que le prix d'une eau-de-vie doit tripler en 10 ou 15 années.

Il est vrai de dire, aussi, qu'en pratiquant l'ouillage annuel on peut atténuer sensiblement cette perte mais à la condition de rendre un peu plus lent le vieillissement.

Pour fixer les idées et évaluer, avec des chiffres, la plus-value qui doit résulter, pour une eau-de-vie, du vieillissement, prenons un exemple:

Supposons le cas d'un tierçon contenant cinq hectolitres d'eau-de-vie des Borderies, nouvellement distillée. Supposons que le prix de revient de cette eau-de-vie, est, tous frais compris, de 180 francs l'hectolitre à 60°; si elle titre 70°, le prix, en comptant la surforce, sera de 210 francs, ce qui correspond, à peu près, aux prix de revient actuels. Le capital engagé est donc de $5 \times 210 = 1,050$ francs. Ce capital, placé à intérêts composés à 5% sera devenu, après 25 ans, 3,555 fr. Nous aurions d'autre part, à cette même époque, en nous basant sur les faits confirmés par l'expérience, 350 litres d'eau-de-vie vieille à 50°, qui devraient correspondre à la somme de 1,555 francs. Cette eau-de-vie reviendrait donc à 1,000 francs l'hectolitre et, en la cédant à ce prix, le propriétaire ne ferait que recouvrer le capital engagé par lui, à l'origine, accru seulement des intérêts composés à cinq pour cent, mais sans faire intervenir, à proprement parler, aucun bénéfice.

On voit, d'après cet exemple, de quelle plus-value considérable une eau-de-vie doit et peut bénéficier par suite de l'âge, mais aussi, combien d'années sont nécessaires pour amener un pareil résultat.

Hâtons-nous cependant de faire observer que toutes les eaux-de-vie ne sont pas appelées à acquérir, par les bienfaisantes lenteurs du vieillissement naturel, les inestimables qualités qui les font rechercher par les vrais connaisseurs.

Aujourd'hui surtout, les exigences du commerce, les besoins, chaque jour croissants, de la consommation, tant en France qu'à l'Etranger, entraînent l'obligation d'utiliser pour la vente, sous forme de coupages et de mélanges de toutes sortes une grande quantité d'eaux-de-vie, dès les premières années de leur fabrication.

Quoi qu'il en soit, on ne peut méconnaître de quelle importance serait la découverte qui permettrait d'obtenir, en quelques mois, ce que, seules, les années accumulées ont pu, jusqu'à présent, réaliser. Cette considération nous amène à dire quelques mots du vieillissement artificiel.

Vieillessement artificiel.—Ce problème est assurément digne, à tous égards, de fixer l'attention des chimistes les plus compétents et de faire l'objet de sérieuses recherches. Les avantages qui résulteraient, en effet, d'une solution "réelle et pratique" apportée à cette intéressante question, sont trop évidents, après ce qui vient d'être dit du vieillissement naturel pour qu'il soit nécessaire de les énumérer.

Mais cette solution est-elle possible? En ce qui nous concerne, nous avons la conviction qu'on peut répondre par l'affirmative et certaines études personnelles sur la matière n'ont fait que nous confirmer dans cette opinion. A vrai dire, les résultats obtenus, jusqu'à présent, dans cet ordre d'idées, ont été, sinon tout-à-fait nuls, du moins peu encourageants et se réduisent à d'assez vagues approximations. Les chercheurs, cependant, n'ont pas fait défaut et les brevets, pris en France, au cours de ces dernières années, pour le vieillissement artificiel des eaux-de-vie, se comptent par douzaines.

On a fait intervenir l'air, l'oxygène, l'ozone, la chaleur, le froid, l'électricité, etc., mais, il faut bien le reconnaître, avec infiniment peu de succès. Il semble que les inventeurs ne se soient pas pénétrés suffisamment de cette idée que si le vieillissement de l'eau-de-vie est, en grande partie, un phénomène d'oxydation, il n'est pas que cela et, surtout, il n'est pas une suroxydation d'intensité illimitée.

Pour conclure, reconnaissons que le problème est loin d'être résolu et si quelques résultats partiels ont pu être obtenus, les conséquences pratiques qui en découlent sont plus apparentes que réelles et on peut dire que la question reste encore, à peu près, entière.

(Revue des Vins et Liqueurs).

Grands propriétaires de vignobles dans les meilleurs crus des Charentes, MM. B. Fournier & Cie, de Cognac, sont à même de fournir d'excellentes eaux-de-vie de pur vin, qui sont de plus en plus appréciées sur les marchés canadiens.

Leurs Cognacs vieux de 7 ans, 12 ans, 20 ans, ainsi que leur Cognac Médicinal et leur Fine Champagne, ont toujours donné satisfaction aux connaisseurs.

MM. L. Chaput, Fils & Cie, agents de la maison B. Fournier & Cie, viennent de recevoir une forte expédition de ces excellents cognacs et sont actuellement en position de livrer les contrats pris l'hiver dernier.

Controleurs exclusifs de plus de 60
Agences Etrangères.

UN DEMI-MILLION de Dollars
de Droits Payé par An.



DOUZE
Entrepôts du Gouvernement.
DEUX
Magasins d'Excise.

Lawrence A. Wilson & Cie., MONTREAL. LIMITEE

Notre Stock de Vins et de Liqueurs est le plus grand et le meilleur au Canada.

CLARETS ET BOURGOGNES.

Nous détenons un stock très considérable et très choisi de Vins Château rouges et blancs de la Bordeaux Claret Co., ainsi que de vieux Bourgognes Rouges et Blancs en bouteilles.

SHERRIES.

Nous avons aussi en stock des sherries de Gonzalez & Byass en fûts et leurs Vieux Sherries des célèbres marques "Idolo" et "Cristina", embouteillés et cachetés dans leurs propres Bodegas. La réputation universelle de cette maison suffit à garantir l'excellence de ses produits.

ABSINTHE SUISSE.

Absinthe Supérieure de Gemppe Pernod.

APÉRITIF.

Le meilleur produit d'Espagne : Tot, l'Apéritif "Bambou".

COGNACS.

Entre autres marques importantes de Cognacs, nous sommes seuls à contrôler les marques suivantes : Boutelleau Fils, Cognac Distillers' Association, Carlat & Cie, Jos. Brémond & Cie, Régnier & Cie, ainsi que les Brandies Espagnols de Jimenez & Lamothe.

BLACKBERRY BRANDY.

Wilson's Blackberry Brandy, Liqueur Supérieure, qualité non surpassée.

LIQUEURS.

Marasquin de Levert & Schudel, Curaçao Orange, Crème de Menthe Glaciale, Anisette, Kummel, Kirsch.

Petite Chartreuse Verte et Jaune, Liqueur Hanappier, Elixir de Spa.

WHISKY.

Nous importons énormément plus de "Scotch Whisky" que toute autre maison du Dominion : "Dunblane" pur grain et pur malt de Greenlees Brothers ; King Edward VII, Real Antique ; Hill-Burn Blend de Heilbron & Sons, Kings Liqueur ; Scottish Arms de R. Thorne & Sons, Antique Liqueur ; Three Star, Red, White and Blue de Haig & Haig, Five Stars, Tammany Scotch, Brae Mar Special, House of Lords, Five Crowns de Bruce Wallace & Co., Loch Caron Gleneil, A. Mac Murdo & Co., etc.

Les nombreuses qualités du Scotch Whisky, importé par nous de diverses parties de l'Ecosse, nous permettent de fournir tout arôme, couleur et âge aux prix d'importation.

ECHANTILLONS FOURNIS SUR DEMANDE.

AVANCE DE PRIX DES FUTS

Après la Distillerie Walker, la Distillerie Corby avance également ses prix des fûts vides.

Les nouveaux prix sont fixés ainsi qu'il suit par la H. Corby Distillery Co. Limited:

Barils.	\$4.00
½ barils.	3.50

L'augmentation des prix du bois et de la main-d'œuvre sont les causes de l'avance.

DECES DE M. FRANK BROWN

M. Frank Brown, de la maison Robert Dalglish & Co., 82 rue St-François-Xavier, Montréal, est mort soudainement le 21 avril, à l'âge de trente-cinq ans.

On suppose que sa mort est due à la rupture d'un anévrisme. Il faisait partie de cette maison depuis son arrivée d'Angleterre, il y a quelque onze ans. Il en était associé gérant depuis la mort de M. Dalglish. M. Brown était bien connu du commerce, où on l'aimait. Il était célibataire; il laisse, comme parents les plus proches, deux soeurs et un frère. La maison Robert Dalglish & Co. continuera ses affaires comme par le passé, mais le successeur de M. Brown n'a pas encore été nommé.

M. G. W. BONNER

Les nombreux amis de M. G. W. Bonner, à Montréal et ailleurs apprendront avec intérêt et avec plaisir qu'il fait partie de la maison anciennement établie John Robertson & Son, Ltd. distillateurs à Dundee, Ecosse, dont le bureau principal au Canada est situé 41 rue des Communes. Nous souhaitons à M. Bonner tout le succès possible dans sa nouvelle position.

L'Eau de Vichy St. Louis "Trèfle Rouge" a été tellement en demande dans ces derniers mois qu'indépendamment de leur commande pour l'importation directe du printemps, MM. L. Chaput, Fils & Cie, ont dû faire venir un char de cette excellente eau minérale par New-York.

Cette commande supplémentaire est arrivée à temps pour permettre à la clientèle de la maison L. Chaput, Fils & Cie, de ne pas manquer d'Eau de Vichy St. Louis "Trèfle Rouge", si appréciée des consommateurs d'eaux minérales.

Comme liqueurs d'été, les meilleures, à notre point de vue, que les hôteliers puissent mettre en stock, sont le Cherry Whiskey, le Blackberry Brandy, l'Apricot Brandy et le Strawberry Brandy, de la maison Chastenot et Frères, de Bordeaux.

MM. L. Chaput, Fils & Cie sont les représentants au Canada de cette maison réputée pour la finesse de ses produits absolument supérieurs.

Plus de déchets de glace

La réduction des blocs de glace en petits morceaux, est une opération assez fastidieuse quand elle est faite à la main. Elle demande du temps, elle cause des déchets et par suite une augmentation de dépenses pour l'hôtelier qui est obligé de faire une provision de glace plus forte qu'il ne serait nécessaire si ces déchets n'existaient pas. Tous ces inconvénients disparaissent avec la machine "High Ball" pour couper la glace. Placée dans la cave où elle occupe peu de place, cette machine scie la glace en petits cubes de la grosseur désirée, et très facilement. Outre ces avantages, l'hôtelier a la satisfaction d'offrir à ses clients un morceau de glace bien taillé, d'une apparence nette, ce qu'ils apprécient. La machine "High Ball" est manufacturée et mise en vente par la Hamilton Brass Manfg. Co., Ltd, dont nous conseillons à nos lecteurs de lire l'annonce qui paraît d'autre part dans ce numéro.

Il est inutile de dire aux hôteliers les mille et une raisons pour lesquelles ils ne doivent jamais offrir à leur clientèle d'autre eau qu'une eau parfaitement filtrée, puisqu'ils savent tous que leur propre intérêt leur en fait une loi.

Mais il y a un filtre et filtre, et il serait difficile d'en trouver un meilleur que le "Noxall" qui est très répandu dans les hôtels et les bars du Canada, où il a toujours donné la plus entière satisfaction.

Ceux qui, comme les embouteilleurs, ont besoin d'un filtre à grand rendement emploient le Noxall No 2. Mais le "Noxall" junior No 2 pour les usages ordinaires est suffisant, il a cet avantage de pouvoir être aisément fixé au robinet fournissant l'eau.

Il est intéressant pour les hôteliers qui ne les ont pas encore adoptés de connaître les prix des filtres "Noxall". La Freyseng Cork Co. Ltd, leur fournira très volontiers tous les renseignements désirables à leur sujet sur simple demande.

Avis

La maison Lucien-Foucauld & Co., Cognac, France, a l'honneur de faire savoir au public et à ses nombreux clients canadiens qu'elle a fait l'acquisition de la marque de Cognac "Edmond Foucauld Fils" et qu'elle pourra, à l'avenir, continuer à fournir ce Cognac, tant en fûts qu'en bouteilles, aux nombreux clients de la "Maison Edmond Foucauld Fils" ainsi qu'à tout ceux qui désireraient en obtenir.

Messieurs Bernard & Laporte, 253 rue St-Paul, Montréal, sont les agents généraux de cette maison pour le Canada.

Les hôteliers ont les raisons suivantes pour recommander l'eau minérale Hiawatha à leurs clients:

Le matin comme apéritif, ou pour nettoyer l'estomac, rien n'est supérieur à l'eau Hiawatha; d'un goût exquis, elle se recommande par sa haute teneur en acide carbonique qui, comme chacun le sait, est un sédatif de l'appareil digestif. La lithine qu'elle contient la rend très active dans les cas de rhumatisme. Et l'on peut ajouter que si elle se mélange admirablement aux spiritueux pour former les plus agréables breuvages, elle n'est pas moins précieuse pour débarrasser le système des excédents d'acides qu'une absorption trop copieuse de spiritueux ne manque pas d'y accumuler.

La Freyseng Cork Co., Ltd., nous avise qu'elle vient de recevoir quelques nouveautés intéressantes en fait de machines, entre autres: Une machine hydraulique pour capsules, qui s'adapte à tous les modèles et toutes les grandeurs de capsules et de bouteilles. Egalement, une nouvelle machine améliorée à boucher les bouteilles. Cette machine est montée sur roues ce qui permet de la transporter aisément; de plus, l'opérateur est assis sur un siège tournant, ce qui facilite beaucoup son travail.

Cette machine devrait se vendre aisément au Canada, car il y en a déjà au delà de 500 en opération dans toutes les parties du monde et partout elle donne parfaite satisfaction.

DECES

M. George Gillespie, de la maison Gillespie & Co, est décédé le 14 mai à l'Hôpital Royal Victoria. Depuis près de trois mois sa santé était chancelante, mais ce n'est guère que depuis trois semaines environ, alors qu'il entra à l'hôpital, que ses parents et ses amis perdirent à peu près l'espoir de le voir renaître à la santé.

M. Gillespie est décédé dans sa 57e année; c'était un commerçant connu, estimé et charitable, dont les affaires étaient très prospères. Pendant de nombreuses années il avait été président de la Société de Prévention contre la Cruauté envers les Animaux; il comptait également au nombre des membres les plus influents de la Société d'Organisation de la Charité et était un des gouverneurs de l'Hôpital Général.

C'est un homme de bien qui disparaît.

Nous présentons aux membres de sa famille nos plus sincères condoléances.

Nouvel hôtel à Calgary

Dans quelques mois, la ville de Calgary possèdera un des plus beaux hôtels du Canada. Le gérant de l'Alberta dit que les plans des changements à faire subir à son hôtel sont presque achevés. Un quatrième étage sera ajouté à la bâtisse actuelle et sera occupé par la salle à manger; le toit sera en forme de dôme. Le rez-de-chaussée, où se trouve maintenant la rotonde, sera occupé par des bureaux qui seront loués; il y aura ainsi au centre une grande cour, qui sera transformée en rotonde. Les bureaux de l'hôtel et le bar se trouveront en arrière.

MM. Law, Young & Co, nous avisent que la vente de leurs spécialités est toujours très active.

Les prix restent les mêmes.

Nous rappelons ici que MM. Law Young & Co, sont agents pour les whiskies de William Jameson, le vermouth français Noilly-Prat; le vermouth italien Freund Ballor & Co.; les sherries de Mac-Kenzie & Co. Ltd; les vins de Port de Sandeman & Co.; les liqueurs Marie Brizard & Roger, la Bénédictine, etc., etc.

SHERRIES

Nous venons de conclure un traité
pour la vente des

VINS SHERRIES DE DIEZ HERMANOS

DE JEREZ, (Espagne)

Les statistiques d'exportation de Jerez, par le port de Cadix,
pour l'année 1906, démontrent que la maison **DIEZ
HERMANOS** est à la Tête du Commerce
d'exportation des VINS SHERRIES.

Nous recevrons dans quelques jours

350 Fûts de Sherries

Des Marques Suivantes :

SHERRY PALE SEC (C)

“ “ “ (F)

“ “ “ H.-S.

“ “ “ V.-O.

“ “ “ S.-O.-S.

“ “ “ Solera.

“ “ “ Amontillado Fino.

“ “ “ Vino de Pasto.

et 300 Caisses de

SHERRY Cordon Vert.

“ Favorito.

“ Cordon Royal.

“ Cordon Azur.

VINS DE MALAGA

Nous avons obtenu le Contrôle
pour le Canada des fameux

VINS DE MALAGA

de la Maison **GARRETT & CIE**, de Malaga.
Cette Maison produit exclusivement des Vins de Malaga
dont la réputation s'étend dans le monde entier.
Echantillons et Prix envoyés sur demande.

LAPORTE, MARTIN & CIE, L^{tée} Vins, Eaux-de-Vie, Liqueurs
et Epiceries en Gros.

MONTREAL.

SOYEZ AVENANT

Le marchand ou le commis de magasin qui peut accueillir la clientèle avec un sourire naturel, ne dégénérant jamais en une grimace machinale, possède un avantage précieux sur ses rivaux.

Prenons, par exemple, deux marchands. L'un vient tous les matins dans son magasin, le visage avenant; il accueille ses clients avec un sourire et un bonjour enjoué. Au cours de la journée ce sourire est comme un rayon de soleil. Ce marchand ne manifeste pas de mauvaise humeur à propos de choses qui ne peuvent être empêchées; il ne trouve pas à redire sans nécessité au travail de ses employés, et le sourire de son visage se reflète sur ceux de ses commis, employés et garçons de courses. Un air de contentement règne dans l'établissement, les clients s'en aperçoivent et leurs autres visites au magasin sont attendues par eux avec plaisir.

L'autre marchand se lève de mauvaise humeur et cette mauvaise disposition d'esprit ne le quitte pas de toute la journée. Il entre dans son magasin, l'air refrogné et en murmurant et, s'il ne peut trouver quelqu'un en faute, il inventera quelque chose comme excuse à sa plainte. Il traite ses employés avec mauvaise humeur et reçoit mal les clients.

Naturellement, il a de la difficulté à garder quelqu'un à son emploi, à moins qu'il ne rencontre des hommes ayant le même caractère que lui. Ses employés exécutent leur ouvrage à contre-cœur et communiquent aux clients la maussaderie du chef de l'établissement; ceux-ci évitent de plus en plus de revenir.

L'homme au caractère avenant n'a pas à subir tous ces inconvénients. Il n'a aucune difficulté à garder ses employés ni à leur faire faire leur travail. Il se rend compte que ses manières affables ont de la valeur pour lui et il le compte sur elles pour une bonne partie de son succès commercial. La bonne humeur rapporte beaucoup et coûte peu de chose. Pour le même prix et la même qualité de marchandises, il n'est pas d'homme qui ne préfère donner sa clientèle à l'homme doué d'une agréable disposition d'esprit. Ce n'est qu'en rabaisant les prix ou en accordant du crédit que le marchand grincheux peut continuer son commerce; même alors, les personnes qui font des achats chez lui le détestent.

Vins de Malaga

La maison Garrett & Cie, de Malaga, fait une spécialité exclusive des vins de Malaga et ses vins sont fort appréciés par les connaisseurs et très recherchés. Nos lecteurs apprendront avec plaisir que la maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, vient de s'assurer le contrôle de la

vente de ces délicieux vins pour tout le Canada.

Note statistique des vins exportés de Jarez par le port de Cadix, pendant l'année 1906

(Suivant les renseignements de départ en gare de Jerez).

Expéditeurs	Pipes	@
Diez Hermanos	3954	2
Gonzalez Byass & Co., Ltd.	3601	12
A. R. Valdespino y H.o	2154	19 1-4
Antonio R. Ruiz y Herm.s	2079	13 3-4
M. Misa	1808	23 1-4
Pedro Domecq	1480	13 3-4
Williams Humbert & Co.	1344	6
Manuel Fernandez y Ca.	1161	13 1-4
Mackenzie & Co., Limited	1093	4 3-4
Wisdon & Warter, Limited	1052	10 2-4
Manuel Sanchez Romate.	937	6
Marqués del Mérito	931	7 1-4
Sandeman Buck & Co.	874	3 3-4
Garvey & Co.	844	28 3-4
R. G. del Salto y Ca.	784	13 2-4
Sanchez Romate Hermanos.	757	2
J. Pemartin & Co.	691	18
F. G. Cosens & Co.	672	23 3-4
R. C. Yvison	615	2 3-4
Gutiérrez Hermanos	597	3
Luis Ambaud y Ca.	518	20 2-4
Felix Ruiz y Ruiz y Ca.	447	15 3-4
Viuda de A. Segovia	410	25
J. Ma Rivero	375	21 2-4
J. Carrasco y Hermano	271	11 1-4
Goytia Hermanos	270	10
Molina y Ca.	258	3-4
Robertson Bros & Co.	250	5 1-4
C del Pino	231	10 1-4
F. Carrasco y Hermano	197	26
Manuel Guerrero y Ca.	185	23
Oronoz Borbolla y Ca.	165	14 1-4
Pedro Simo	147	18 2-4
Andrés Vergara	146	1 1-4
García Pérez é Hijos	130	24 3-4
J. Ruiz y Ca.	109	16 2-4
Manuel Gamboa Ramirez	103	3 2-4
Carmona y Lopez	84	17
Vda de José M.a Morales	81	23-4
Juan N. Abad	63	2-4
Juan P. Marks	54	18 3-4
Fernando Gonzalez	43	26 1-4
Rafael O'Neale	41	15 2-4
Luis G. Gordon y Doz	39	16 3-4
Franco R. y Lopez de Morla	34	13 2-4
Marqués del Real Tesoro	34	10 1-4
Diez Vergara y Ca.	34	10
Granados y Mateos	32	27 3-4
Manuel C. Gonzalez Soto	30	19 2-4
Arturo D. Williams	25	24 2-4
Juan B. Gonzalez	25	16 3-4
Juan Juez	24	15 2-4
M. & E. Vergara	23	3 1-4
José de Soto	20	17
Francisco y A. Sanjuan	19	22 1-4
Manuel Guinea	18	19 2-4
José M.a Pan	17	17 3-4
Molina Hermanos	16	19 3-4
Rodil Hermanos	16	9 2-4
Servando Alvarez	15	25
Hijos de A. Blazquez	15	10 1-4
Calle Hermanos	12	16
Miguel Lafuente	9	26
Pedro Lopez de Carrizosa	9	12 3-4
Pomar y Reyes	9	11 1-4
Alfonso Pérez y H.nos Paz	9	7 1-4
José M.a Fdez. y Gonzalez	8	19 1-4
Juan Ruiz del Rio	8	11
Manuel Morales	7	27
Vicente Lopez Cala	7	18 3-4
Sebastian Argudo	7	14
Coyeau y Ca.	7	2 2-4
A. Deletyo	6	13 3-4
J. Lena Rendon y Ca.	6	11 2-4
Franco Serrano y Canchola	4	5 3-4
J. Romero P. Gil	4	4 1-4
Guerra y Ruiz	3	25

Marin Hermanos	3	13 2-4
Ramon Diaz y Hermano	2	21 3-4
Juan J. de Leon	2	5 2-4
Antonio Sanchez Romate	1	27 3-4
Antonio Camacho	1	8 2-4
Victoriano de la Torre	1	4 2-4
Miguel de Morales y Morales	27	2-4
Ramos Pina y Ca.	25	2-4
Manuel Rosado	15	
Vilar y Castilla	8	
Victoriano y Fidel Gonzalez	5	
Divers expéditeurs	326	18
Total pipes de 500 litres expédiées en 1906: 32,901 2 2-4 arbs.		

La première maison d'Espagne

La maison Diez Hermanos de Jerez, Espagne, occupe, les statistiques d'exportation en font foi, la toute première place parmi les maisons qui font l'exportation des vins sherries. La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, vient de conclure un traité pour la vente au Canada des fameux vins sherries de la maison Diez Hermanos.

Les nombreux clients de la maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, sont donc assurés d'obtenir des marques de sherries de haute qualité.

L'HISTOIRE DU SHERRY

(Suite).

L'Angleterre puritaine préférait l'"ale" du pays au vin étranger. Pendant la république, toutes les Têtes Rondes regardaient d'un mauvais oeil tous ceux qui buvaient du vin, car l'action de boire du vin était regardée par eux comme un péché. Pendant la Restauration, le sherry fut consommé davantage; Charles II et son frère avaient apporté à la cour de Saint-James les manières et la morale, les costumes et les boissons de la cour de Versailles. Toutefois, il fut plus facile d'acclimater en Angleterre Louise de Kéroual et la vivacité de l'esprit français que d'imiter l'art délicat de la cuisine française. La Guerre de Succession d'Espagne et les querelles occasionnées par l'alliance française ainsi que les intrigues entre Paris et Madrid, tout cela aida à décourager l'importation du sherry en Angleterre. Sa consommation devint presque nulle, la culture de la vigne fut négligée et la fabrication du vin fut moins bien faite, à cause de l'absence de demande.

Dans le rapport de Rojas Clémentes sur les vignobles d'Andalousie, rapport composé dans la première partie du XIXe siècle, environ cent espèces de ceps de vigne sont attribuées au district de Jerez. Ces divers ceps de vigne étaient répandus indifféremment dans tous les vignobles; on ne s'était pas donné la peine de choisir l'espèce la plus convenable au sol sur lequel ils étaient plantés, ni de tailler les vignes de manière à obtenir une bonne qualité. On laissait les mauvaises herbes croître dans la plupart des vignobles, ou bien on semait des légumes



MARQUE
"LION"

PUTZ TRIPLE EXTRAIT
POLI POUR METAUX

Liquide et en Pâte.

Le seul véritable Poli Putz pour Métaux est celui de la Marque "**LION.**" Une fois employé, toujours employé. Empaqueté sous forme liquide ou en pâte.

Dans toutes les épiceries et tous les magasins de quincailleries ou à la

ENGLISH EMBROCATION CO.,
MONTREAL, Que.

LAW, YOUNG & CO.

MONTREAL.

CHAMPAGNE POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix
sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
Ale & Stout....Daukes & Co.
Bénédictine.....Benedictine Co.
Bourgognes.....Bouchard père et fils.
Brandy.....Renault & Co.
Cherry Whisky (The Original) Fremy's
Claret et Sauterne.....Nathl. Johnston & Sons.
Crème Cacao ChouvaA. Droz & Cie.
Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
Gin London DryGordon's."
Ginger Ale Anglais....."Schweppes."
Lime Juice.....L. Rose & Co.
Liqueurs.....Marie Brizard & Roger
Madère.....Leacock & Co.
Soda Anglais....."Schweppes."
Stout.....Wheeler & Co.
Tarragone.....Louis Quer.
Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
Vin de MalagaC. Crooke Bros.
Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
Vins de Porto et Sherries.."Mackenzie."
Vins du Rhin et Moselle...Koch Lauteren & Co.
Whisky Ecossais....."Kilmarnock."
Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.



Cette Marque Célèbre
Mise en

Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott, Ontario.

"NEW-YORK."

"CANADA."

dans les espaces qui séparaient les pieds de vigne. Toutes les grappes de raisin cueillies sur chaque propriété étaient jetées pêle-mêle dans le pressoir, vertes ou trop mûres, le seul but du vigneron étant d'obtenir une aussi grande quantité que possible de jus de raisin. Il y a un siècle, la nation anglaise était haïe dans le Sud de l'Espagne. Clémentine écrivit son rapport presque au moment de la bataille de Trafalgar. Il n'est donc pas surprenant qu'il fasse ressortir le contraste qu'il y avait entre "la générosité, la vivacité et la cordialité des habitants de Jerez et la stupidité sombre et l'égoïsme féroce du peuple insolent qui vivait sur les bords de la Tamise". Dans de telles circonstances, il doit avoir semblé impossible de redonner au sherry son ancienne réputation et il aurait fallu une audace frisant la témérité pour qu'un des insulaires s'embarquât pour une entreprise si désespérée. C'est grâce à l'initiative d'un Ecossais que le commerce du sherry tombé en décadence fut ranimé et, au bout d'une génération, une qualité si excellente fut produite qu'elle occupait la première place sur la table des connaisseurs. Quand l'industrie de Jerez était dans son plus mauvais état, un rejeton de la vieille famille des Gordon s'établit à Jerez et à Port Saint Mary, réorganisa les vignobles et institua un système méthodique de fabrication du vin. Il semblait que toute l'Europe eût attendu la venue du réformateur. La méthode de Gordon fut promptement adoptée par d'autres expéditeurs et c'est de cette époque que date l'établissement d'un grand nombre de maisons d'expédition de Jerez dont les noms nous sont si familiers.

On sait généralement que la qualité du vin dépend du raisin et du sol, spécialement de ce dernier. Par conséquent, tant que le viticulteur ne s'est pas rendu compte de ce dont est composé son sol, il ne peut pas calculer les effets de ses opérations. Reconnaisant ce principe élémentaire, les pionniers de la reconstitution firent examiner et analyser le sol des divers districts par des chimistes compétents. Omettant les détails non essentiels, on trouva quatre variétés distinctes, toutes favorables à la culture de la vigne, mais produisant des vins de différentes qualités. Sur les bords des fleuves, des cours d'eau et sur les coteaux, le sol se compose d'un sable brun foncé, glaiseux, connu dans cette région sous le nom de "bugeo". Une récolte abondante est fournie par les vignes plantées dans ce sol, mais bien que la quantité de vin soit considérable, sa qualité n'est qu'ordinaire. Sur une grande étendue de territoire qui comprend le voisinage immédiat de Jerez, les plaines environnant San Lucar et Rota et les terrains situés assez loin de Arcos, le sol est un peu meilleur que du sable et

est connu sous le nom de "arenaz". Tout ce sol produit du raisin en abondance, mais le vin a généralement peu de corps et sert principalement à la consommation locale. Toutefois, le "Mauzanilla" qui est un produit de ce sol sablonneux, quoique d'un corps faible, développe un bouquet exquis et une fois que le palais a été accoutumé à son goût quelque peu dur et amer, on le préfère généralement au "Finos" de Jerez qui a beaucoup plus de corps. Le terrain "Barras" occupe une étendue beaucoup moins grande; ce terrain consiste en quartz sablonneux mélangé à de la chaux et à de l'oxyde de fer. Les vignes plantées sur le "Barras" produisent un vin de bonne qualité qui s'améliore constamment avec l'âge et qui n'est inférieur qu'au produit des vignobles plantés dans le "Albariza". Ce dernier sol blanchâtre se compose de carbonate de chaux et de silex et les vignobles les plus favorisés sont ceux qui sont plantés dans ce terrain. Si le voyageur qui visite Jerez se porte au sommet d'un des nombreux "miradores" qui donnent tant de charme à la ville, il voit au nord un amphithéâtre de collines basses. Les coteaux et les crêtes de cette petite chaîne de collines sont couverts d'un strate de "albariza" où sont plantées les vignes qui produisent le "Amontillado" et le "Olorosas" auxquels le sherry doit principalement sa renommée universelle.

Depuis qu'une culture méthodique a été entreprise, un grand nombre d'espèces de vigne mentionnées par Rojas Clemente ont été extirpées et remplacées par d'autres qui produisent des grappes de raisin plus grosses et plus compactes et du moût d'une plus haute qualité. Le "Listan" et le "Palomino Blanco" sont les pieds de vigne qui obtiennent le plus de faveur auprès des viticulteurs dont le but est de produire la qualité la plus choisie. Le "Pajarete" est le produit du raisin "Pedro Fimenez" dont des sarmements, dit-on, furent transportés de Chypre à Madère quand les Maures détruisaient les vignobles de l'île de la Méditerranée. Des boutures de cette espèce de vigne provenant de Madère furent plantées sur les bords du Rhin d'où elles furent transportées dans le Sud de l'Espagne en passant par Malaga. Les hommes gouteux n'osent pas boire des breuvages riches et sucrés, mais les dames considèrent encore le "Pajarete" mûr comme le plus agréable des vins à boire après dîner.

Tout large espace de terrain clôturé pour un but agricole est d'habitude appelé un "pago", mais dans ces derniers temps, ce terme a été réservé aux terres employées à la culture de la vigne. Les "pagos" de Jerez sont des districts contenant chacun de nombreux vignobles avec des noms particuliers, dont beaucoup sont renommés. Les produits de

ces vignobles portent leur nom marqué sur les fûts, lorsque ceux-ci sont logés dans les "bodegas", après la première phase dangereuse de la maturation.

On peut se rendre compte de la position relative des "pagos" renommés en supposant qu'ils représentent le plan d'une armée s'avancant de Jerez pour attaquer San Lucar et surveillant Trebuyena pour conjurer tout danger de ce côté. L'aile droite de cette armée imaginaire se composerait de "El Carrascai" et de "Macharnudo"; "Ducha" et "Espartina" représentent des corps de cavalerie en échelons pour couvrir les flancs. "Cerro de Bantiano Anina" et "San Julien" représentent le centre. A l'aile gauche, immédiatement en face de San Lucar, là par conséquent où commencerait la bataille, les forces sont massées; les "Balbainas", "Alto" et "Bago" sont supportés par "Caraholo", et "Los Tercios". "Mochiele" et "Cruz del Husillo" occupent la position de réserve. Beaucoup des vignobles de ces "pagos" célèbres prêtent à ce simulacre, car ils sont entourés de clôtures de canne et d'aloës pointus comme des baïonnettes qui défileraient une charge de cavalerie.

"Ninas y Vinas son mal a guardar", dit un vieux proverbe espagnol, indiquant que les raisins mûrs et les jeunes filles attrayantes attirent les maraudeurs. Dans les maisons privées de Jerez, les fenêtres dont les appuis sont en réalité au niveau du sol, sont munies de forts barreaux de fer, permettant le voisinage, mais limitant le contact. Chaque vigne a sa guérite et sa sentinelle, quelquefois avec un ou deux chiens féroces pour empêcher les maraudeurs de prélever des échantillons des fruits en train de mûrir. "Quand le raisin est mûr, dit un proverbe arabe, ne vous baissez jamais pour attacher les cordons de vos chaussures dans la vigne d'un autre homme. Cet acte innocent pourrait être mal interprété." En Espagne, le raisin est à si bon marché et si abondant que peu de personnes voudraient courir le risque d'en voler, néanmoins, chaque propriétaire surveille jalousement son raisin qui lui a coûté des mois de travail incessant pour sa production.

Quand le sherry était à la mode, que tout le monde en était engoué, et que tout breuvage alcoolique portant son nom était accepté immédiatement, les limites géographiques de la région s'étendirent avec la rapidité de croissance des champignons. A partir du "Contado de Huelva" à l'Est jusqu'à Malaga et, à vrai dire, toute la province de Grenade à l'Ouest et jusqu'à Valdepenas au Nord, tout le vin blanc produit à cent et même à deux cents milles de Jerez était dosé avec un alcool à bon marché et du sucre à meilleur marché encore et expédié aux marchés du Royaume-Uni et des Etats-Unis sous le nom de sherry. Comme la

BERNARD & LAPORTE

Importateurs des Célèbres
Liqueurs Françaises

Portant la marque **GABRIEL VIARD**, de Troyes, France.

"Pur Abricot,"
"Viardictine,"

"Marasquin,"
"Chartreuse,"

"Cacao Shouwa,"
"Crème de Moka,"

"Curaçao,"
"Anisette," etc.

Cognacs de la Maison
LUCIEN FOUCAULD & Co.

En Caisses et en Fûts

Les Marques **Medico-Tonic**

— ★ et ★ ★ ★ —

sont les plus populaires sur notre marché. On les trouve en vente dans tous les principaux établissements. Pour Prix et Renseignements, s'adresser aux

Seuls Agents pour le Canada:

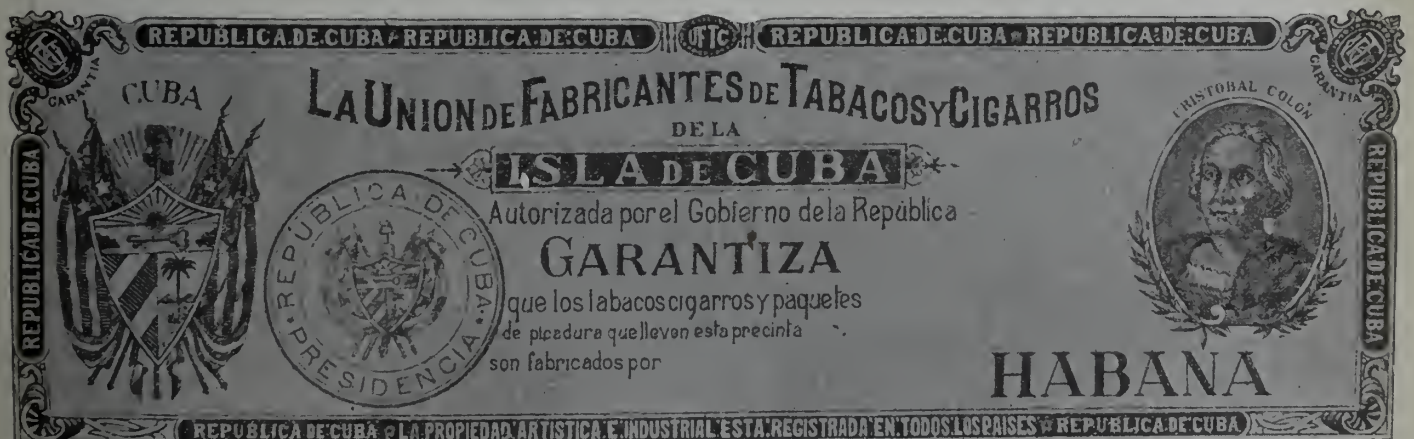
BERNARD & LAPORTE

253-255, rue St-Paul, - - - MONTREAL.

ETIQUETTE D'EXPORTATION DES FABRICANTS DE CIGARES DE CUBA.

Autorisé par le Gouvernement de la République de Cuba.

Le nom du Fabricant ou celui de sa Marque sera imprimé sur l'espace en blanc de cette Etiquette.



DETAILLANTS ET FUMEURS

Veuillez Remarquer que toutes les boîtes de cigares et de cigarettes et tous les paquets de tabac haché portant une copie de l'étiquette de l'Union, portent une **Garantie** que leur contenu est un produit **Pur** de la **Havane, Cuba**.

Toutes les boîtes et tous les paquets qui ne portent pas cette étiquette **Peuvent** n'être **Pas** des produits **Véritables** de la **Havane, Cuba**.

Couleurs de l'**Etiquette**:—Noir sur fond bleu pâle.—Couleur du Sceau de la Présidence de la République:—Bleu foncé.

désignation territoriale était aussi élastique que la conscience des trafiquants il faut peu s'étonner que d'autres pays aient pensé que cette désignation pourrait encore s'étendre davantage et c'est pourquoi les vins français de Cette et les concoctions allemandes de Hambourg furent offerts au consommateur comme des produits de Jerez. Les expéditeurs anciennement établis qui, même à cette époque faisaient de leur mieux pour maintenir la réputation de leurs produits, étaient naturellement indignés de cet état de choses, mais se sentaient impuissants à y mettre un terme. Les limites dans lesquelles croît la vigne qui donne le véritable produit n'ont jamais été réellement définies. Le vin sec léger de San Lucar a toujours été classé comme sherry sur la liste des marchés de vin, et le produit exquis et délicat de Montilla est entré pendant des générations dans les coupages de Jerez, son caractère, son genre et sa qualité le qualifiant complètement pour ce choix honorable. Si Montilla a été ainsi choisi, pourquoi pas Moguer qui est à mi-distance de la capitale du sherry? La loi non écrite veut que plus on est près du centre, plus fort soit le droit au nom territorial. En outre, tout était expédié de Cadix et un connaissance était supposé unifier toutes les distinctions. Aucune des anciennes maisons ne voulait mêler sa marque honnête à des cargaisons de "Basuro" dont les vaisseaux de Cadix étaient chargés. Elles refusaient unanimement de toucher ces derniers vins et murmuraient des imprécations au sujet de l'innovation dangereuse. C'est une des petites ironies de la vie que l'innocent souffre souvent pour les actes du coupable et dans le cas dont nous nous occupons, la punition tomba non sur les Philistins qui la méritaient, mais sur ceux qui ne s'étaient jamais agenouillés devant Baal.

(A suivre).

LE THERMOMETRE

Par le Dr Gaston Thévenot

Pendant longtemps, les premiers essais faits pour mesurer les différences de température ont été attribués à Cornélius Drebbell de Hollande, et on a donné l'année 1608 comme date de son invention du thermomètre. Cette croyance était basée uniquement sur le fait qu'un livre publié en 1651 fait allusion à un instrument employé pour se rendre compte des températures. Drebbell était un alchimiste et il se livrait aussi à des expériences de physique. Entre autres choses, il s'efforça de trouver le mouvement perpétuel, but que se proposaient beaucoup d'autres hommes à cette époque. Les expériences décrites par Drebbell et qui, par erreur, l'ont fait citer comme inventeur du ther-

momètre, ont trouvé simplement qu'étant chauffé, l'air est chassé d'une cornue et qu'en refroidissant l'eau contenue dans la cornue, l'air y est aspiré. Cette découverte a aussi été décrite par Della Porta, dans un livre publié en 1606; elle avait été faite presque 1800 ans auparavant par Héron d'Alexandrie.

Il semble que le crédit de l'invention du thermomètre doive être accordé sans aucun doute au célèbre savant italien, Galilée. Il est vrai que nous n'avons pas de preuve directe fournie par Galilée lui-même, puisque la plupart de ses écrits ont été perdus et que ceux qui nous sont parvenus font simplement mention de l'instrument. La croyance qu'il est l'inventeur de l'instrument est basée principalement sur un ouvrage de son élève Viviani qui, dans une biographie de Galilée, dit que ce dernier inventa l'instrument vers la fin de l'année 1592.

L'ami de Galilée, Sagredo, fait également mention de l'instrument dans ses lettres à Galilée. Etant donnée la grande importance de l'instrument, il s'occupa également de la thermométrie et fit construire des instruments aux ateliers de Murano, près de Venise, et il paraît qu'il suggéra certaines améliorations importantes.

Naturellement, on aurait tort d'affirmer que les thermomètres de cette époque étaient identiques aux instruments actuels, quant à la forme et à la grandeur. L'instrument de Sagredo consistait en un récipient assez grand pour contenir trois ou quatre verres de liquide et ce récipient était relié à un tube en verre ayant le diamètre d'un doigt. Nous devons à Césarini, un autre savant remarquable de cette époque, la description du thermomètre de Galilée, tel qu'il l'a présenté dans une conférence en 1603. Le récipient avait à peu près la dimension d'un oeuf de poule, le tube avait l'épaisseur d'une paille et sa longueur était de 18 pouces. Nous ne savons pas quel liquide était employé par Galilée, mais, à cette époque, on se servait de toutes les espèces de fluides: vinaigre, vin, mélange de vin et d'eau, alcool coloré, etc. Toutefois, on n'employait pas de mercure. Avec les tubes très larges dont on se servait, il était naturellement nécessaire que l'ampoule du thermomètre fût de dimensions considérables afin qu'on pût noter avec assez d'exactitude tout changement dans la hauteur du liquide aux diverses températures, tandis qu'aujourd'hui, alors que nous employons des tubes extrêmement fins, des tubes capillaires, une ampoule relativement petite est suffisante.

Une différence fondamentale entre le premier instrument de Galilée et nos thermomètres actuels, c'est qu'avec le premier, le tube était ouvert à son extrémité supérieure, de sorte que le liquide du thermomètre était constamment exposé à la pression atmosphérique et, par con-

séquent, sujet à des variations. Mettant de côté toutes les autres imperfections mécaniques, ce point seul était suffisant pour qu'on ne pût se fier aux indications de l'instrument. Cinquante ans plus tard environ (l'époque exacte n'est pas connue) le premier thermomètre indépendant de la pression atmosphérique fut construit. Ferdinand II, duc de Toscane, personnage de beaucoup de talent et grand protecteur des arts et de la littérature, qui s'occupait aussi d'expériences de physique et d'autres problèmes scientifiques, fut l'inventeur du thermomètre fermé. On ne sait pas toutefois de quelle manière l'instrument était fermé, c'est-à-dire si le tube était simplement scellé par de la cire ou s'il était fermé par la fonte du verre. Ceci toutefois n'est que d'importance secondaire, le point principal étant que l'instrument n'était pas entièrement indépendant de la pression atmosphérique et ne pouvait être employé pour des recherches scientifiques.

L'alcool était le liquide employé par Ferdinand II, à cause de sa propriété de se dilater ou de se concentrer fortement suivant les changements de température et, de cette manière, ce liquide indique clairement les changements de température. Une autre chose qui le poussa à employer l'alcool est le fait que l'alcool ne gèle pas. L'instrument ne convenait pas, bien entendu, pour les températures élevées, car on sait très bien que le point d'ébullition de l'alcool est au-dessous de celui de l'eau.

Un certain nombre de thermomètres, dont deux ressemblaient beaucoup à celui construit par le duc de Toscane, ont été décrits par l'Académie de Cimento, en 1667. Cette académie avait été fondée par Ferdinand II, et ses membres se composaient des savants les plus éminents de cette époque. Toutes les découvertes faites et tous les articles scientifiques écrits par les membres de l'Académie ne furent pas publiés sous un nom personnel, mais sous le nom de l'Académie, le nom de l'auteur restant dans l'obscurité. A l'instigation du clergé qui regardait l'Académie d'un mauvais oeil, l'association fut dissoute après une existence de dix ans seulement.

Sanctorius, un contemporain de Galilée, fit usage d'un thermomètre qui ressemblait de très près à l'instrument de Galilée. Toutefois, Sanctorius ne prétend pas directement être l'inventeur de l'instrument. D'un autre côté, il fut le premier à employer le thermomètre pour trouver la température du corps humain et il semble qu'il fut également le premier qui reconnut que cette température était constante. Il est très possible que Sanctorius ait employé un des instruments de Galilée en lui donnant une échelle adaptée à la température du corps humain, ce qui lui permit de déterminer le degré de chaleur de la fièvre.

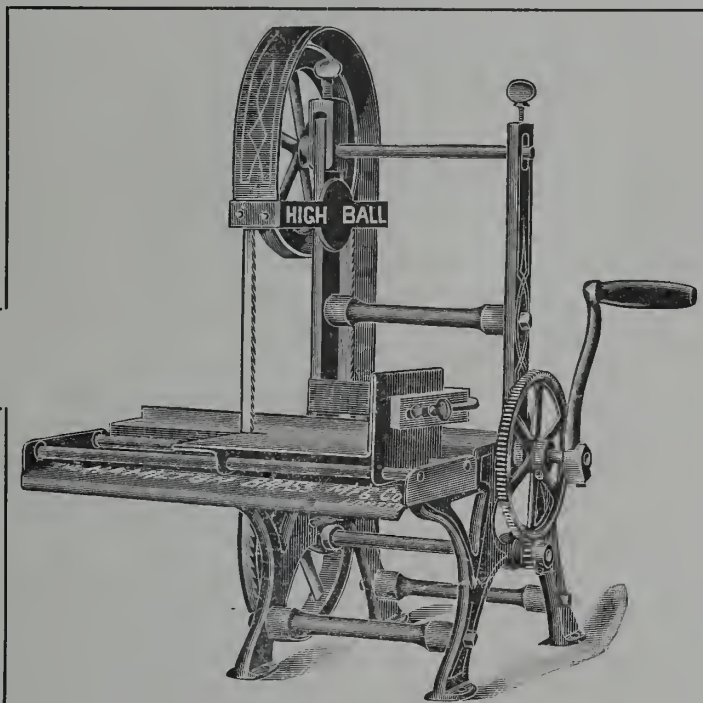
“HI BALL”

Machine à COUPER la Glace

Epargne
le
Temps



Réduit le
Compte
de Glace



Empêche
les
Déchets



Fait plaisir
à
Votre Client

**Convenable pour
Restaurant et Bar**



Divise un Morceau de Glace en Cubes Parfaits — d'une grosseur quelconque désirée. Fonctionnement facile. Dimensions Compactes. - - - - -

The HAMILTON BRASS M'F'G CO. Ltd.

327, rue Craig Ouest - - - MONTREAL, Que.
Bureau Principal et Manufacture : - HAMILTON, Ont.

SEULS MANUFACTURIERS CANADIENS DE

**Cabinets de Bars, “Workboards,” Glacières et Rafrâichissoirs
Pompes à Bière, Tuyaux et Robinets à Bière de toutes
sortes, Crachoirs, “Shakers,” Mesures et Vases,
Extracteurs de Bouchons et Compres-
seurs de Citrons.**

DONNEZ-NOUS UN ESSAI POUR TRAVAUX DE
RÉPARATIONS DE BARS

Téléphone Bell, Main - - 3245
Téléphone de Marchands, 774

L'invention du thermomètre est aussi attribuée à un savant anglais, Fludd, bien qu'il semble qu'il n'y ait absolument aucun fondement réel à cette croyance. Ce savant voyagea beaucoup et, comme il visita l'Italie vers l'année 1603, il est très possible qu'il ait vu l'instrument de Galilée et qu'il l'ait apporté en Angleterre.

Quant au liquide employé, j'ai déjà dit que les fluides les plus variés étaient en usage, tandis qu'on ne pensait pas au mercure. Il faut rappeler toutefois que l'Académie de Cimento fit des expériences avec le mercure, en 1657, et remarqua que ce liquide se dilatait très rapidement sous l'influence de la chaleur et se contractait vite en étant refroidi, étant plus réactif que l'alcool et les autres liquides. Mais en même temps, on s'aperçut que, dans les mêmes conditions, la dilatation était beaucoup moindre, ce qui rendait difficile de s'apercevoir des changements faibles de température et, pour cette raison, les expériences ne furent pas continuées.

Un peu plus tard, en l'année 1688, Dalencé, de Amsterdam, mentionna, dans un traité sur les thermomètres, que certains constructeurs faisaient usage de mercure. En toute probabilité, toutefois, l'instrument dont il était question n'était pas le thermomètre ordinaire, mais celui que l'on appelle thermomètre à air. Dans sa forme la plus simple, le thermomètre à air est un tube en verre mince, avec une grande ampoule, et dans le tube on a mis une petite goutte de mercure. Dès que l'air de l'ampoule se dilate, sous l'effet de la chaleur, il force la goutte de mercure à s'élever vers l'extrémité ouverte du tube et le changement de température est indiqué d'après la position plus ou moins changée du mercure. On fait encore aujourd'hui des instruments excessivement sensibles, d'une construction similaire. Leur sensibilité extrême est due au fait que le coefficient de dilatation de l'air et, en somme, de tous les gaz est très grand; il dépasse de beaucoup celui des liquides et des métaux, de sorte que les plus faibles changements de température peuvent être observés facilement.

Jusqu'à présent, je n'ai pas encore parlé des points les plus importants du thermomètre, c'est-à-dire de son échelle. Naturellement, un instrument qui doit être employé pour estimer le degré de chaleur doit posséder un certain système de graduation et doit avoir une échelle fixe d'après laquelle le degré de dilatation peut être estimé. Nous ne savons pas de quelle manière Galilée a produit son premier instrument, mais nous connaissons très bien le système de graduation des thermomètres appelés thermomètre Florentins qui furent employés bientôt après l'invention de l'instrument. Les points de la graduation étaient marqués arbitrairement. Ceci semble tout na-

turel, étant donné qu'à cette époque on ne connaissait rien de la constance de certaines températures. La constance absolue des points de congélation, de fusion et d'ébullition de certains corps ont rendu possible l'établissement d'une échelle à laquelle on pouvait se fier.

Les premiers essais faits pour estimer les températures des corps ont eu lieu par l'observation des sensations de chaleur ou de froid qu'ils communiquent au corps humain, et c'est à ces sensations qu'on a comparé les indications du thermomètre. Il a été ainsi possible de faire une distinction entre la température modérée, la température du milieu de la journée, le froid ordinaire de l'hiver et le froid extrême. Le zéro des anciens instruments florentins désignaient la température moyenne. En comparant un de ces instruments, trouvé en 1829, avec l'échelle Fahrenheit, on a observé que le zéro du premier correspondait à 65,6° Fahrenheit. Le point de congélation de l'eau portait le degré 13,5 sur les instruments florentins et le degré le plus élevé, 50, correspondait à 131° F.

Les thermomètres employés par Ferdinand de Toscane et ses contemporains étaient de deux sortes: les longs et les courts. Les instruments longs étaient divisés en cent degrés, les instruments courts, en cinquante, et leur graduation était tout à fait arbitraire. Les thermomètres florentins ont été longtemps en usage et, même au XVIIIe siècle, alors qu'on avait trouvé des échelles plus exactes, il y avait des thermomètres qui non seulement portaient des échelles Reaumur et Fahrenheit, mais aussi l'échelle des vieux systèmes florentins.

On voit immédiatement que les indications des instruments florentins doivent avoir été très peu exactes et il est aussi évident qu'il était impossible de comparer les températures prises en diverses localités puisque les échelles ne s'accordaient jamais. Ce grand désavantage devint bientôt évident et tous les efforts tendirent à trouver un point fixe convenable qui servirait de base à l'échelle. Boyle, le célèbre auteur de la loi qui porte son nom, et l'inventeur du manomètre, a écrit en 1665 sur la grande nécessité d'un point fixe; il se plaignait que les thermomètres en existence n'enregistraient que la température relative de l'air sans donner absolument aucun renseignement, quant au degré positif de froid. Il se lamentait aussi du fait qu'il était impossible de communiquer l'idée de la température observée à une personne vivant dans une autre ville ou un autre pays. Pendant la même année, 1665, Huyghens, l'éminent savant hollandais dont les idées étaient beaucoup plus avancées que celles de son époque, suggéra comme points fixes la température de congélation et celle de l'ébullition de l'eau. Ceci est prouvé indubitablement par sa corres-

pondance avec Robert Moray, président de la Société Royale. Ces lettres furent écrites pendant les années 1664 et 1665, mais ce n'est que cinquante ans plus tard que Fahrenheit agit suivant les suggestions fournies par Huyghens.

Un grand nombre de propositions furent faites par les savants de cette époque quant aux points fixes les plus convenables devant servir de base à l'échelle des thermomètres: la plupart étaient en faveur du point de congélation de l'eau dont on reconnut bientôt la constance relative. Dalencé recommandait le point de fusion du beurre. Il fixait la température moyenne à zéro, le point de fusion du beurre à +10 et le point de congélation de l'eau à -10. Hooke, un contemporain de Huyghens et un expérimentateur de la Société Royale fit beaucoup d'études sur le thermomètre. Il prit aussi pour base le point de congélation de l'eau et le représenta par zéro sur son échelle. Bien que familier avec la recommandation de Huyghens, il ne considéra que ce seul point fixe, le plus haut point de son échelle étant simplement la plus grande chaleur de l'été. Ceci n'est pas surprenant, étant donné qu'il n'est pas facile de reconnaître la constance de la température d'ébullition de l'eau qui est sujette à des fluctuations. Cette température dépend de la pression atmosphérique, de la pureté de l'eau, de la dimension et de la forme du vaisseau dans lequel l'eau est chauffée et de la plus ou moins grande profondeur de l'eau dans laquelle le thermomètre est immergé. Ce n'est qu'après que ces conditions furent parfaitement connues et qu'on tint compte de la température des vapeurs produites par l'eau bouillante, que le point d'ébullition de l'eau est devenu un facteur constant exact. On peut en dire autant de la température de congélation de l'eau qui est également sujette à des fluctuations; des résultats constants ne furent obtenus que lorsque le point de fusion de la glace eût été choisi. On a trouvé en effet que la glace fond invariablement à la même température.

Le célèbre Newton s'occupa aussi de la question du thermomètre pendant les années 1692 et 1693. Il choisit le point de fusion de la neige et la marqua zéro. D'autres points fixes de son échelle étaient la température du corps humain à laquelle il donna le nombre 12 et le point de fusion de l'étain qu'il marqua 72. D'après l'échelle de Newton, le point d'ébullition de l'eau était marqué 34. L'huile de lin est le liquide que Newton employait dans ses thermomètres.

Le progrès marqué dans la construction et le développement du thermomètre est dû aux efforts de Fahrenheit, né en 1686 à Dantzig. Fahrenheit possédait une grande habileté dans la construction des instruments scientifiques et consacrait une attention toute particulière à la fabrication des thermomètres. En 1714, il

Les Dames et les Jeunes Filles

Retrouveront dans les principes toniques
et reconstituants de l'inimitable : : :

Vin Saint-Martin

La fraîcheur du teint qui est l'apanage
de la santé et la vigueur qui résulte d'un
sang généreux, riche et pur.

C'est un vin exquis. Essayez-le, il supporte ai-
sément la comparaison avec n'importe quel
autre vin tonique sur le marché.

Distributeurs Généraux :

Maison FOURNIER & FOURNIER, Limitée,
ST-HYACINTHE, P.Q.



EMBOUTEILLAGE DE BIERE

Le stock considérable de Bière embouteillée à l'avance que nous tenons à la disposition du commerce, nous permet de livrer constamment une qualité supérieure et toujours égale.

Notre outillage pour le lavage des bouteilles, réalise la perfection atteinte à ce jour par les fabricants d'appareils d'embouteillage.

W. J. RAFFERTY,

Embouteilleur autorisé de la maison W. DOW & CO,
Brasseurs et fabricants de Malt,

33, 35 et 37, rue Vallée
MONTREAL.



Avez-vous
Essayé les

Cocktails Saratoga

"Manhattan,"
"Club Whisky,"
"Brandy,"
"Holland."

Les seuls Cocktails de ces mar-
ques faits au Canada.

En vente chez tous les marchands
de Liqueurs en gros.

Escomptes spéciaux aux
maisons de gros.

AGENTS POUR LA PUISSANCE.

D. McMANAMY & CO.

Marchands de Liqueurs en Gros

SHERBROOKE, QUE.

soumit au chancelier de l'université de Halle, Wolf, deux instruments qui offraient une correspondance d'indications telle qu'on n'en avait jamais encore vu auparavant et provoqua les plus grands éloges de Wolf. Pendant longtemps, Fahrenheit garda par devers lui le secret qui lui permettait de produire des résultats aussi excellents mais on sait aujourd'hui qu'il basait son échelle sur trois points fixes au moins. Le point zéro de son échelle correspondait à la température d'un mélange de glace, d'eau et, comme on le croit généralement, de sel ammoniac ou de chlorure de sodium; mais des expériences ont prouvé que la température la plus basse qui puisse être obtenue avec le sel ordinaire est $-21,3^{\circ}$ centigrade, tandis qu'un mélange de sel ammoniac et de neige donne une température de $-15,4^{\circ}$ centigrade. Quand on compare l'échelle de Fahrenheit à celle du thermomètre Celsius, le point zéro de l'instrument de Fahrenheit correspond réellement à $-17,8^{\circ}$ centigrade et il est par conséquent possible que Fahrenheit ait employé quelque autre mélange réfrigérant pour fixer son point zéro.

Le second point fixe de l'échelle Fahrenheit, c'est-à-dire 32° , représente la température d'un mélange de glace et d'eau, c'est-à-dire la température de la glace fondante. Comme troisième point fixe, il choisit la température qu'enregistre un thermomètre à alcool quand on le place dans la bouche ou sous l'aisselle d'un homme en bonne santé. Fahrenheit marqua cette température du nombre 96° et c'est ce nombre qui terminait en général l'échelle de ses instruments. Si le thermomètre devait être employé en médecine, l'échelle était étendue à 128 ou 132° .

Comme Fahrenheit employait d'abord l'alcool pour ses thermomètres, l'échelle de ses instruments n'était pas très élevée et ce n'est qu'après avoir substitué le mercure à l'alcool qu'il a pu continuer son échelle depuis zéro jusqu'à 600° , le point d'ébullition du mercure.

Rien ne prouve que Fahrenheit ait choisi le point d'ébullition de l'eau comme son quatrième point fixe, mais certaines indications tendent à nous faire accepter cela comme un fait. En tous cas, il fut le premier à observer que le point d'ébullition de l'eau est influencé par la pression atmosphérique.

Il est évident qu'un thermomètre dont l'échelle est basée sur les points fixes mentionnés plus haut serait forcément exact et qu'on pourrait s'y fier. Une autre preuve du sens profond d'observation de Fahrenheit consiste dans le fait qu'il fut le premier à montrer que le verre des thermomètres se dilate plus ou moins et c'est pour cette raison qu'il recommanda qu'une seule sorte de verre fût employée par tous les constructeurs de ces instruments.

Je désire aussi mentionner que dans ses premiers instruments, Fahrenheit employait encore le système florentin d'échelle et que ce n'est que plus tard qu'il imagina sa propre échelle.

Vers la même époque, en 1713, un savant français bien connu, Réaumur, publia des règles et règlements pour la construction des thermomètres et recommanda une échelle qui était de beaucoup supérieure à l'ancien système florentin. Le point zéro de l'échelle Réaumur représente la température à laquelle l'eau gèle et non pas le point de fusion de la glace que Fahrenheit avait adopté et qui peut être déterminé avec plus d'exactitude. Son second point fixe était la température de l'eau bouillante qui, croyait-il avec erreur, pouvait être déterminée en plongeant un thermomètre à alcool dans l'eau bouillante. Réaumur ne considéra pas que le mercure pouvait convenir pour le thermomètre, à cause de sa dilatation limitée sous l'effet de la chaleur; à sa place, il employait un mélange de quatre parties d'alcool pour une partie d'eau. Il observa qu'en chauffant ce mélange d'alcool et d'eau depuis zéro jusqu'au point d'ébullition de l'eau, environ mille parties du volume, en se dilatant, prenaient un volume équivalent à 1080 parties et, pour cette raison, il marqua du chiffre 80 le point d'ébullition de l'eau.

La construction du thermomètre centigrade est généralement attribuée au Suédois Andréa Celsius, professeur d'astronomie à l'université de Upsala. Ceci, toutefois, n'est pas tout à fait exact, le véritable inventeur de l'instrument étant un physicien français, Jean Pierre Christin, de Lyon, qui, en 1740, deux années avant Celsius, annonça à l'Académie de Lyon son invention de l'échelle centigrade, sur laquelle le point de congélation de l'eau était marqué zéro et le point de l'ébullition de l'eau était marqué 100. Celsius adopta d'abord le système de graduation renversée, c'est-à-dire qu'il exprima le point de congélation par 100 et le point d'ébullition de l'eau par zéro. Ce n'est que plus tard, probablement à l'instiga-

tion du botaniste bien connu à l'instigation d'un autre savant suédois du nom de Stroemer, qu'il changea son échelle. C'est à Celsius toutefois que revient l'honneur d'avoir montré que le point d'ébullition de l'eau ne peut pas être déterminé correctement en plongeant l'instrument dans de l'eau bouillante et qu'il faut tenir compte de la température des vapeurs qui se dégagent de l'eau bouillante.

J'ai démontré, dans ce que je viens de dire, combien lent et graduel a été le développement du thermomètre et qu'il s'est écoulé plus de 150 ans avant que l'instrument fût amené à perfection. Vous avez aussi appris combien de savants éminents ont employé leurs efforts à perfectionner le thermomètre et vous ne pouvez faire autrement que d'éprouver un sentiment d'admiration profonde pour les résultats acquis. Les progrès énormes et le haut degré atteint par notre technique et nos industries sont, dans une très grande mesure, dus à la forme parfaite actuelle de l'instrument, et, par conséquent, au grand travail fait par ces hommes illustres.

Avec l'apparition des premières chaleurs nous voyons augmenter la consommation des bières légères.

Le lager marque "High Life", de la Miller Brewing Co., de Milwaukee, est l'une des meilleures qu'un hôtelier puisse servir à sa clientèle; quand on y a une fois goûté, on y revient toujours.

Cette excellente marque est représentée au Canada par MM. Laporte, Martin & Cie, Ltée.

La "Crystal Spring Water" est une eau minérale gazeuse qui se mélange très bien avec toutes les boissons et qui ne les "noircit pas" comme font beaucoup d'autres eaux minérales.

MM. L. Chaput, Fils & Cie ont l'agence exclusive de cette eau pour le Canada.

La maison Laporte, Martin & Cie, Ltée, vient de recevoir une importante consignment de cognac de la marque Ph. Richard. Cette importation est généralement vendue livrable à l'arrivée sur les quais et l'écoulement en est rapide, vu l'excellente qualité des Cognacs Ph. Richard.

S. H. Ewing & Sons, Importateurs et Manufacturiers de BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de
broche d'embouteilleurs, d'Étain en feuilles,
de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522

== VENDEZ LE ==

GIN DE BURNETT

"LE LONDON DRY ORIGINAL,"

== Absolument le plus Fin! ==

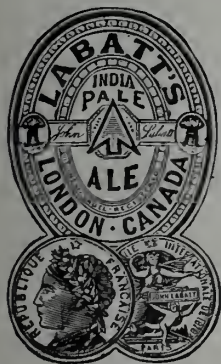
J. M. Douglas & Co., Seuls Agents au Canada. Montréal.

JOSEPH E. SEAGRAM, — DISTILLATEUR DE —
Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

"Old Times," "White Wheat," "No 83 Rye," "Star Rye."

MEAGHER BROS. & CO., Montreal, Agents.



LES MEILLEURS
BREUVAGES DE MALT :

Tous les consommateurs
critiques l'admettent.

Ale et Porter de Labatt

IL VAUT MIEUX, DANS L'INTÉRÊT DE VOTRE COMMERCE, NE TENIR QU'UNE SEULE MARQUE (ET LA MEILLEURE) QUE D'ESSAYER DE TENIR EN STOCK QUATRE OU CINQ MARQUES, DONT AUCUNE NE DONNE RÉELLEMENT SATISFACTION À VOS CLIENTS.

Les

Labatt's

== SONT LES MEILLEURS ==

PERSONNEL

M. W. Ireland, représentant de la Freyseng Cork Co. Ltd., vient de revenir d'un voyage d'affaires dans les Provinces Maritimes, jusqu'à Halifax. Les affaires sont très actives et très prospères dans cette région.

DANS LE MONDE DES HOTELIERS

Mariage à l'horizon

On annonce pour le 3 juin prochain le mariage de M. Dieudonné Bougie, le populaire restaurateur de la rue Notre-Dame Ouest, avec Mademoiselle Espérance Quenneville, fille de M. Louis Quenneville, rentier de Saint-Laurent.

M. Bougie est le frère de M. Victor Bougie, trésorier de l'Association des Hoteliers.

Après la bénédiction nuptiale qui aura lieu à l'église St-Joseph, à 8 heures, l'heureux couple partira pour un voyage dans les Provinces Maritimes.

Nos meilleurs vœux aux futurs époux.

* * *

M. P. Cazalais, propriétaire du restaurant Derby, vient de se réinstaller à l'angle des rues McCord et Notre-Dame. Le "work board" du nouveau bar est en métal blanc et a été fourni par la Hamilton Brass Manfg. Co., Ltd.

* * *

Le "Bath Hotel," de l'établissement des bains tures, qui dernièrement a obtenu une licence, a un splendide "work board" en métal blanc, qui a été installé par la Hamilton Brass Manfg. Co., Ltd.

* * *

M. Jas. Anderson a transporté son établissement de la rue de la Montagne à l'angle des rues McCord et Notre-Dame. Les installations du nouveau bar, work board, pompes à bière, etc., ont été fournies et installées par la Hamilton Brass Manfg. Co., Ltd.

* * *

MM. A. Boiron & Co., viennent de renouveler leur matériel de bar à l'angle des rues King et Common. La Hamilton Brass Manfg. Co., Ltd., y a installé un "work board" en métal blanc aussi pratique que luxueux.

REVUE GENERALE

MM. Laporte, Martin & Cie, Ltée, nous avisent que les affaires sont excessivement actives et les paiements très satisfaisants.

* * *

M. J. A. Moffat, gérant pour la maison John Labatt, dans la Province de Québec, nous avise que la demande pour les bières embouteillées est des plus satisfaisantes; les ordres de la campagne sont aussi nombreux que ceux de la ville.

MM. L. Chaput, Fils & Cie, nous avisent que les affaires sont très satisfaisantes ce printemps et que les paiements se font avec assez de régularité.

* * *

La Hamilton Brass Manfg. Co., Ltd., nous avise que les affaires de printemps sont extrêmement actives dans les fournitures pour bars et hôtels; les commandes affluent non-seulement de la ville et des environs, mais même de l'Ouest. A Regina, N.W., se construit actuellement un superbe hôtel, le "King's" et tous les appareils du bar, "work board" en métal blanc, pompes, etc., etc., ont été ordonnés à la Hamilton Brass Manfg. Co., Ltd., agence de Montréal, qui s'est acquis une réputation aussi haute que méritée pour l'agencement et le matériel des hôtels et les bars.

* * *

Nous sommes avisés de bonne source que les prix augmentent continuellement pour les capsules de bouteilles de toutes sortes.

Il en est de même pour les paillons à bouteilles "straw covers."

* * *

M. Otto Zepf, le sympathique gérant de la Freyseng Cork Co. Ltd., nous avise que les affaires sont exceptionnellement actives ce printemps, chaque mois montrant un considérable accroissement sur le mois correspondant de l'an dernier.

* * *

Nous sommes avisés par MM. S. B. Townsend & Co., représentants des Champagnes de G. H. Mumm & Co., que le changement de prix que l'on pensait devoir se produire, n'aura pas lieu. Le prix des Champagnes G. H. Mumm & Co. reste donc le même que par le passé.

Le Dubonnet est une préparation excessivement agréable à boire; il est fait du muscatel de la meilleure qualité auquel est ajouté du quinquina. Sa vente en France s'est élevée à plus de 10,000 bouteilles en 1906. Le Dubonnet est excellent à boire par lui-même, mais il se prête aussi à la confection d'un cocktail, en le mélangeant par parties égales avec du genièvre, sans employer d'amers. C'est ce qu'on appelle un cocktail "Zaza," et ce breuvage est devenu excessivement populaire sur le Broadway.

QUALITES DIVERSES DES VINS

Peu de personnes connaissent les propriétés variées des divers genres de vins. Même les marchands de vin, à moins d'être experts, ignorent en quoi les divers vins diffèrent les uns des autres. Une analyse chimique n'explique pas les particularités qui caractérisent les vins.

En outre, leurs qualités de conserva-

tion sont différentes, suivant le genre de vin. Le claret n'a pas de propriétés de conservation; il aigrit facilement et se couvre de moisissure. En réalité, c'est le plus délicat des vins, et il faut le manipuler et l'embouteiller avec soin. Son bouquet délicat est facilement gâté, par exemple par le contact avec de la fumée de tabac, qui n'a pas d'effet appréciable sur le bouquet du sherry. Le sherry se distingue d'une manière marquée des autres vins, en ce qu'on peut le boire en mangeant des sucreries, sans que son bouquet en soit affecté; on peut même en boire en fumant. Personne ne penserait à boire du champagne, du vin du Rhin ou du claret dans de telles conditions. Le champagne se garde mieux que le claret, après que la bouteille a été débouchée, à cause probablement de l'action préservatrice du gaz acide carbonique; mais dès qu'il cesse de pétiller, il devient plat, n'a plus de bouquet et devient bientôt aigre.

Les qualités de conservation du sherry, fort ou léger, sont bien connues des fabricants et des buveurs de ce vin. Il est rare que le sherry aigrisse, tourne au moisi ou perde son délicat arôme d'amande. On peut le garder des mois dans une carafe ouverte sans qu'il se détériore. Il s'améliore, au contraire; son arôme et son bouquet particuliers se développent. La raison de ceci, c'est que le sherry contient probablement une quantité notable de substances aromatiques qui, avec l'alcool, servent d'antiseptiques et gardent ce vin contre des altérations défavorables. Le sherry est souvent employé en Espagne comme application antiseptique sur les blessures.

Le bon Oporto a sa valeur, mais il est relativement riche en matières colorantes et en substances astringentes. Le sherry a une action laxative, tandis que le vin d'Oporto peut avoir un effet contraire.

Une des plus vieilles marques de vins de Champagne est celle de la maison Piper-Heidsieck, qui a été fondée en 1785. Cent-vingt-deux ans de production constante et toujours parfaite sont indiscutablement une garantie de premier ordre. Cette maison est représentée au Canada par MM. Laporte, Martin & Cie, Limitée.

Plus grand sera le nombre de gens qui sauront qu'un homme est en affaires et qui auront connaissance du genre d'articles qu'il vend, mieux marcheront ses affaires. La publicité est le moyen le plus court et le meilleur de fournir cette information au public. La publicité dans les journaux constitue la meilleure publicité, parce qu'elle communique ces informations à plus de gens, à un coût moindre que n'importe quel autre genre de publicité. C'est là un fait qu'un peu d'observation établira incontestablement.

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE		La cse		F. Chauvenet (15)		qts. pts.		Mcët & Chandon (7)		qts. pts.	
Ed. Pernod (3)	14.50	"White Cap" [blanc]	...	23.00	25.00	White Seal	28.00	30.00
Gemp. Pernod (14)	13.50	"Pink Cap" [rose]	...	23.00	25.00	Brut Imperial	31.00	33.00
Pernod Fils (12)	15.00	"Red Cap" [rouge]	...	22.00	24.00	G. H. Mumm & Co. (6)	..	qts. pts.	
Legier Pernod (13)	14.50	C. Marey & Liger-Bélaïr (4)	..	qts. pts.		Extra Dry..	..	28.00	30.00
AMERS				Nuits — rouge...	..	17.00	18.50	Selected Brut..	..	31.00	33.00
Amer Picon (12)	11.00	BOURGOGNES ROUGES				Selected Brut .. 1898...	..	32.00	34.00
L. C. F. C. (1)	Lacse	Bouchard, Père & Fils (12)	..	qts. pts.		Selected Brut .. 1895...	..	38.00	40.00
Jamaica	pts. 5.50	Macon...	..	6.50	7.50	Extra Dry, paniers 1 doz. $\frac{3}{4}$ B.	..	8.50	
Celery	pts. 5.50	Beaujolais...	..	8.00	9.00	Extra Dry, paniers 2 doz. $\frac{3}{4}$ B.	..	17.00	
Unicorn (13)	Lacse	Beaune..	..	8.00	9.00	Louis Roederer (1)	..	qts. pts.	
Orange	qts. 7.00	"Club"...	..	8.00	9.00	Grand Vin sec	28.00	30.00
Angostura	" 5.75	Pommard...	..	9.00	10.00	Vin Extra sec	28.00	30.00
Celery	" 5.75	Nuits..	..	11.00	13.50	Brut spécial Cuvée	30.00	32.00
Jamaica	" 5.75	Chambertin...	..	16.00	17.00	Ve Pommery, Fils & Cie (12)	..	qts. pts.	
APERITIFS				Clos de Vougeot..	..	20.00	21.00	Sec, ou Extra Sec..	..	28.00	30.00
Dubonnet (1)	Lacse	J. Calvet & Cie (6)	..	qts. pts.		Brut [vin naturel]..	..	30.00	32.00
Litres	10.00	Beaune..	..	1889..	9.00 10.00	CLARETS			
Tot (14)	8.00	Pommard..	..	1887..	11.50 12.50	Barton & Guestier (4)	..	qts. pts.	
BIERES				Volnay..	..	1889..	13.75 14.75	Floirac	5.00	6.00
Bass' (4)	qts. pts.	Chambertin...	..	1887..	18.00 19.00	Medoc..	..	5.25	6.25
E. & J. Burke's Bottling..	2.65 1.65	F. Chauvenet (15)	..	qts. pts.		Margaux...	..	5.50	6.50
Bass' (4)	qts. pts.	Clos-de-Vougeot..	..	25.50	26.50	St-Julien...	..	6.00	7.00
C. G. Hibbert's Bottling	2.65 1.65	Chambertin..	..	18.50	19.50	Batalley...	..	9.50	10.50
Bass' (13)	qts. pts.	Romanée..	..	18.50	19.50	Pontet Canet...	..	11.00	12.00
W. E. Johnson & Co. "Com-	qts. pts.	Corton [Clos-du-Rol]..	..	15.50	16.50	Château Leoville..	..	20.00	21.00
pas"	2.60 1.60	Nuits..	..	13.00	14.00	Château Larose...	..	20.00	21.00
W. E. Johnson & Co.,	qts. pts.	Volnay...	..	12.50	13.50	Château Margaux..	..	24.00	25.00
Nips	\$1.25	Pommard..	..	11.50	12.50	Château Lafitte..	..	24.00	25.00
Bass' (3)	qts. pts.	Beaune..	..	10.00	11.00	Bordeaux Claret Co. (14)	..	qts. pts.	
Read Bros. Dog's Head..	2.60 1.70	Moulin-à-Vent, Macon vlieux	..			Côtes	2.50	3.50
Bass' (14)	qts. pts.	Supérieur..	..	9.00	10.00	Bon Paysan	2.60	3.60
Monkey Brand	2.50 1.60	Beaujolais..	..	7.00	8.00	Bon Bourgeois..	..	3.00	4.00
Monkey Brand, Nips	\$1.10	Macon [Cholx]..	..	6.50	7.50	St-Julien...	..	3.50	4.50
Bass' (6)	qts. pts.	W. D'Arcourt & Co. (13)	..	qts. pts.		Montferrand..	..	4.00	5.00
Boar's Head..	2.65 1.65	Macon	4.90	5.75	Château Brûlé	5.00	6.00
Bass & Co. (6)	In wood.	Pommard	5.65	6.50	St. Estèphe	6.00	7.00
Hds	40.00	Nuits St-Georges	7.25	8.00	Pontet Canet	8.00	9.00
Bbls	28.25	Chambertin	8.50	9.50	J. Calvet & Co. (6)	..	qts. pts.	
India Pale, Kilderkins	15.50	A. Lalande & Cie (5)	..	qts. pts.		St-Vincent..	..	3.50	4.50
India Pale, Firkin	8.50	Macon...	..	4.40	5.40	Medoc...	..	4.50	5.50
Machen & Hudson (5)	qts. pts.	Beaujolais..	..	5.00	6.00	Floirac...	..	5.00	6.00
Marque "Beaver"	2.50 1.65	Beaune..	..	6.00	7.00	Margaux...	..	5.50	6.50
Pabst (1)	Pints	Pommard..	..	6.60	7.60	Château Lascombe (1)	..	qts. pts.	
Export, 10 doz.	12.75	C. Marey & Liger-Bélaïr (4)	..	qts. pts.		Margaux	2.25	3.00
Blue Ribbon, 10 doz.	13.75	Beaujolais..	..	6.25	7.25	Faure Frère (3)	..	qts. pts.	
Tennants (6)	2.50 1.65	Macon	6.50	7.50	Bon Bourgeois	3.00	4.00
BIGARREAUX				Beaune..	..	6.75	7.75	Côtes	3.50	4.50
L. A. Price (1)	qts. pts.	Pommard..	..	8.50	9.50	Bon-Ton	4.00	5.00
Bigarreaux au Marasquin	8.00 9.00	Nuits	13.00	14.00	St-Emilion	4.50	5.50
Teyssonneau (12)	qts. pts.	Chambertin	16.50	17.50	Ch. Dugay..	..	6.00	7.00
Bigarreaux au Marasquin..	10.00 6.00	Frédéric Mugnier (3)	..	qts. pts.		Floirac	4.50	5.50
BOURGOGNES BLANCS				Beaujolais..	..	6.00	7.00	Medoc	5.00	6.00
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	Macon	6.50	7.50	Margaux	5.50	6.50
Chablis..	8.00 9.00	Beaune..	..	7.00	8.00	St-Julien	6.00	7.00
Chablis, 1889..	11.75	Pommard	8.50	9.50	Pontet Canet	9.00	10.00
J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.	Nuits	10.50	11.50	Château Gruaud Larose	12.00	13.00
Chablis	11.50 12.50	Chambertin	15.00	16.00	Côtes..	..	le gallon.	1.00
F. Chauvenet (15)	qts. pts.	CHAMPAGNES				Galibert & Varon (10)	..	qts. pts.	
Montrachet [marq. Gulche]	20.00 10.00	Ackerman-Laurance (15)	..	qts. pts.		Medoc	4.00	5.00
Chablis Supérieur...	7.25 8.25	"Dry-Royal"...	..	15.75	16.75	St. Emilion	5.00	6.00
W. D'Arcourt & Cie (13)	qts. pts.	$\frac{1}{2}$ ptns. paniers 1 doz ; pa-	..			St. Estèphe	6.00	7.00
Chablis	7.25 8.00	quets de 4 paniers...	..	18.00		Pauillac	7.00	8.00
C. Marey & Liger-Bélaïr (4)	qts. pts.	Victor Clicquot (10)	..	qts. pts.		St. Julien, Margaux	8.00	9.00
Chablis...	8.50 9.50	Extra Dry & Brut	28.00	30.00	L. Gaudin & Cie (1)	..	qts. pts.	
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.	Fleur de Sillery	20.00	22.00	St-Julien	2.50	3.00
Chablis..	8.00 9.00	Marechal, Comte d'Erlon.	..	13.00	15.00	St-Estèphe..	..	3.00	3.50
Jules Régnier & Cie (14)	qts. pts.	Cluny, Père & Fils (13)	..	qts. pts.		A. Guilhou Frère Aîné (13)	..	qts. pts.	
Chablis Supérieur...	8.00 9.00	Extra Dry	20.00	22.00	Bas Médoc	3.50	4.00
Chablis Moutonne..	10.00 11.00	Comte de St-Aubin (13)	..	qts. pts.		St-Estèphe	4.00	4.50
Clos Blanc de Vougeot...	19.00 20.00	Extra Dry	12.00	13.00	St-Julien	6.00	7.00
BOURGOGNES MOUSSEUX				Duc de Montlouis (1)	..	qts. pts.		Pontet-Canet	6.50	7.50
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	Cuvée Réservee	10.00	11.50	Chat-Bataille	7.75	8.75
Beaune..	16.00 17.00	Carte Noire	12.50	13.50	Nathaniel Johnston & Fils (12)	..	qts. pts.	
Nuits..	18.00 19.00	Carte D'or	14.00	15.00	Ordinaire...	..	4.00	5.00
				Louis Duvau (5)	..	13.50	15.00	Château Chamfleuri...	..	4.00	5.00
				Gratlen & Meyer (14)	..	qts. pts.		St-Loube...	..	4.75	5.75
				Caisses ou paniers	13.00	14.00	"Club"	5.00	6.00
				Heidsieck & Co. (5)	..	qts. pts.		Medoc..	..	5.50	6.50
				Dry Monopole	31.00	33.00	Margaux..	..	5.75	6.75

St-Julien...	6.00	7.00
St-Estephe...	7.00	8.00
Château Dauzac...	9.50	10.50
Pontet Canet...	11.00	12.00
Margaux Supérieur...	11.00	12.00
Château Beaucallou...	15.00	16.00
Château Leoville...	19.00	20.00
Château Larose...	19.00	20.00
Château Margaux...	20.00	21.00
Château Lafitte...	21.00	22.00
A. Lalande & Cie. (5)	qts.	pts.
1893 Medoc...	4.40	5.40
1890 Floirac...	4.40	5.40
1889 St-Julien...	4.80	5.80
1893 St-Emilion...	5.20	6.20
1890 St-Estephe...	5.20	6.20
1889 Château Pontet Canet...	6.80	7.80
1889 Château Leoville...	11.00	12.00
1889 Château Lafitte...	14.00	15.00
Léon Pinaud (4)	qts.	pts.
St-Julien...	2.50	3.50
G. Pradel et Cie (2)	2.75	3.25
P. Vernot (2)	2.75	3.25

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co. (14)	La cse
Manhattan, Martini, Tom Gin,	
Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	
rican...	9.50
G. F. Heublein Bros. "Club" (5)	
Manhattan, Martini, Whiskey,	
Vermouth, Old Tom, ou assortis,	12.75
D. McManamy & Co.'s (18)	La cse
"Saratoga" Manhattan Club Whis-	
key Brandy, Holland Gin	8.25

COGNACS

J. Bern et Cie (13)	La cse
3 Stoiles, Etiquette dorée ..	qt. 7.75
3 Etoiles, Etiquette bleue ..	qt. 7.50
Bisquit, Dubouché & Cie (5)	La cse
★ ..	qt. 9.50
10 years old...	qt. 12.25
Old Liqueur. .. 20 years old,	qt. 16.00
V. V. S. O. P. 55 years old,	qt. 45.00
Au gallon...	4.00 @ 10.00
J. Borianne (3)	La cse
X X X '.	7.50
Au gallon...	3.75 @ 4.75
Jos. Brémon & Co. (14)	La cse
★★★ ..	quarts 5.50
★★★ ..	flasks 6.50
★★★ ..	1/2 flasks 7.50
Boulestin & Cie (1)	1 cse 5 csces
★★★ ..	qts. 10.50 10.25
★ ..	qts. 12.00 11.75
★ Fluted ..	qts. 12.00 11.75
★ Fluted ..	pts. 13.00 12.75
★ Fluted ..	24 flasks 13.00 12.75
★★★ ..	qts. 15.00 14.75
V. S. O. P. ..	qts. 20.00 19.50
V. V. S. O. P. ..	qts. 28.00 27.50
1846 ..	qts. 45.00
Boutelleau, Fils & Cie (14)	La cse
V. S. O. P. 1858 ..	qt. 18.00
Doctor's Special..	qt. 11.00
V. O. 1875 ..	qt. 13.50
V. V. S. O. P. 1820 ..	qt. 30.00
Marie Brizard et Roger (13)	La cse
Fleur de France, 1 fleur ..	qts. 10.00
Fleur de France, S.O.P. ..	qts. 16.00
Fleur de France, V.S.O.P. ..	qts. 18.00
Fleur de France, C.V. 1858	qts. 25.00
Carlat & Co. (14)	La cse
Quarts ..	6.50
Pints ..	7.50
Jules Coadon & Co. (6)	La cse
12 quarts..	8.00
24 flasks ..	9.90
Au gallon ..	3.90 @ 4.50
Cognac Distillers Association (14)	La cse
★★★ ..	vieux .. 8.50
V. O.	12 ans. .. 12.00
V. S. O. P.	20 ans. .. 15.00
X. X. O.	1858.. .. 23.00

3 grapes ..	au gal
V. O.	vieux .. 3.75 à 4.00
V. O.	3.95 à 4.15
Comandon & Co. (6)	La cse
Special ..	9.50
Reserve extra ..	10.50
Reserve 1878 ..	12.50
★★ et X. O.	15.00
V. S. O. P.	16.50
Au gallon ..	4.50 7.50
Chs Couturier & Cie (2)	La cse
★★★ ..	7.50
Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks,	
et 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Quarts, Casks, etc.	3.80 à 4.00
D'Angely (3)	La cse
XXX ..	6.50
Dervos & Cie (1)	1 se 5 csces
Quarts..	8.00 7.75
Pints...	9.00 8.75
24 flasks n. c.	9.00 8.75
M. Durand & Cie (1)	La cse
★★★ ..	Qts. 5.50
★★★ ..	Pts. 6.50
★★★ ..	1/2 B. 7.90
16 flasks ..	1.50
24 flasks n. c.	6.00
32 flasks ..	6.75
48 1-2 flasks n. c.	7.00
Par 5 csces, 25c. de moins.	
Lucien Foucauld & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.50
3 Etoiles, 12 Bout.	12.50
"Crown Liqueur" ..	14.00
V. O., 15 ans d'âge ..	16.50
Medico Tonic ..	18.00
V. S. O., 20 ans d'âge ..	20.00
V. S. O. P., 25 ans d'âge ..	24.00
V. V. S. O. P., 30 ans d'âge ..	28.00
1847 ..	45.00
P. Frapin & Cie (3)	La cse
★ ..	qt. 9.50
Medical..	qt. 10.50
20 years old.	qt. 13.00
25 years old.	qt. 16.00
30 years old.	qt. 19.00
Au gallon...	4.00 @ 7.00
Fromy & Rogee (6)	La cse
Medical Reserve ..	10.00
Medical Reserve V.O.	12.50
Gonzalez, Staub & Cie (1)	La cse
Quarts ..	9.00
Pints ..	10.00
24 Flasks ..	10.50
48 Flasks ..	10.00
1 Etoile ..	Qts. 11.50
3 Etoiles ..	Qts. 14.00
V. S. O.	Qts. 16.50
V. S. O. P.	Qts. 18.27
Jas. Hennessy & Co. (9)	qts. pts.
★ ..	13.00 14.00
★★★ ..	16.00
V. O.	17.25
S. O.	25.00
X. O.	35.00
X. S. O.	45.00
Extra ..	60.00
Jimenez & Lamothe (14)	La cse
★★★ ..	qt. 11.00
V. S. O. P.	qt. 15.00
1890 Muscatel ..	qt. 16.00
1865 Liqueur ..	qt. 18.00
Au gallon..	4.25 à 4.50
Lagrange & Co. (14)	La cse
V. O.	qts. 7.00
V. O.	flasks 8.00
V. O.	1/2 flasks 9.00
F. Marion & Cie (2)	La cse
★★★ ..	Qts. 6.00
Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks,	
Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Quarts, Casks, etc.	3.40 à 3.75

Martell & Co. (4)	La cse
Une Etoile..	qt. 12.75
3 Etoiles...	qt. 16.00
V. O.	qt. 17.25
V. S. O. P.	qt. 18.75
V. V. S. O. P.	qt. 38.00
Jacques Nicot & Cie (10)	La cse
1 Etoile. 12 Bout.	9.00
2 Etoiles. 12 Bout.	10.00
3 Etoiles. 12 Bout.	11.50
V. O. 12 Bout.	12.00
V. S. O. 12 Bout.	13.00
V. S. O. P. 12 Bout.	14.00
Reserve 1870. 12 Bout.	16.00
Reserve 1865. 12 Bout.	17.00
Reserve 1858. 12 Bout.	18.00
Pour ordres d'importations d'au moins	
30 caisses, s'adresser aux agents.	
Otard, Dupuy & Cie (15)	La cse
Spécial..	qts. 9.50
Une étoile..	qts. 12.00
Deux étoiles..	qts. 14.00
Trois étoiles..	qts. 16.00
V. S. O. P.	qts. 17.50
Parville et Cie (2)	La cse
★★★ ..	12s. qts. 5.00
V. Pinot & Cie (1)	La cse
★★★ ..	qts. 6.00
★★★ ..	pts. 7.00
★★★ ..	1/2 botl. 7.50
V. O.	qts. 7.00
V. O.	pts. 8.00
16 flasks ..	7.00
24 flasks n. c.	6.75
32 flasks ..	7.25
48 1-2 flasks n. c.	7.50
Par 5 csces, 25c. de moins.	
C. Pluchon & Cie (1)	1 cse 5 csces
Quarts ..	7.25 7.00
E. Puet (3)	La cse
★ ..	qts. 9.50
Au gallon..	4.00 @ 7.00
Quantin & Co. (6)	La cse
★★★ ..	qts. 9.50
Au gallon ..	4.25 @ 6.50
Régnier & Cie (14)	La cse
★★★ ..	qts. 5.50
★★★ ..	Flasks 6.50
★★★ ..	1/2 Flasks 7.50
J. Rémy (3)	La cse
Quarts...	6.50
Flasks ..	7.50
1-2 flasks ..	8.50
Renault & Cie (12)	La cse
★ ..	qts. 10.00
V. O.	qts. 12.00
3 étoiles S. V. O.	qts. 15.00
V. S. O. P.	qts. 21.00
Club..	qts. 18.00
50 Years Old..	qts. 40.00
Au gallon..	4.00 @ 10.00
Ph. Richard (2)	La cse
S. O.	qts. 22.50
20 ans flutes ..	qts. 17.50
V. S. O. P.	qts. 12.25
V. S. O.	qts. 10.50
V. O.	qts. 9.00
Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.	
Au gall.	
Richard ..	3.40 à 6.00
John Robertson & Sons, Ltd. (7)	La cse
Denis Mounie et Cie ..	11.50
Clouret & Co.	10.50
Jules Robin & Cie. (4)	La cse
Quarts...	9.50
24 Flasks..	10.00
Sazerac de Forge & Fils (9)	La cse
Quarts...	9.50
Flasks...	10.25
Au gallon...	4.25
J. Sorin et Cie (14)	La cse
Blue Label ..	9.00
Au gallon ..	4.00 à 4.25

EAUX

Apenta Hungarian, Aparient (5)	La cse
25 Quarts	6.25
50 Pints	9.50
Sparkling Splits	5.50
Apollinaris (5)	La cse
50 Quarts... .. .	7.50
100 Pints... .. .	10.50
100 Splits... .. .	8.50
S. Birch & Co. (14)	La cse
Ginger Ale	Bombays 1.35
Ginger Ale	Splits 0.90
Soda	Bombays 1.25
Soda	Splits 0.90
Cantrell & Cochrane (4)	La doz
Belfast Ginger Ale.. .. .	1.40
Club Soda	1.40
Seltzer... .. .	1.40
Potass Water... .. .	1.40
Dry Imperial Ginger Ale	1.50

Hiawatha (2)	
Naturelle, 1-2 gals.	12s 4.75
Naturelle, 1-4 gals.	50s 7.50
Gazeuse	pts. 50s 7.50
Gazeuse	pts. 100s 10.50
Gazeuse	splits 100s 8.50

Libertyville Crystal Spring (1)	La cse
Quarts. 50 Bout.	7.50
Pints. 100 Bout.	10.50
Splits 100 Bout.	8.50

Schweppe's, de Londres (12)	La doz
Soda Water Co. Cylindres, pour 2..	1.35
Soda Water, Bombays.. .. pour 3..	1.50
Soda Water, Splits.. .. pour 1..	1.10
Dry Ginger Ale.. .. .	1.35
Seltzer... .. .	1.40
Potass Water.. .. .	1.40

St-Galmier (3)	La cse
Source Badoit.. .. .	6.00
St-Galmier (13)	La cse
Source Romaine	6.50

Vichy (3)	La cse
-----------	--------

Célestins, Grande Grille, Hôpital,	
Hauterive.. .. .	10.00

Vichy (13)	La cse
Source St-Charles	8.00
Source Aubert	7.50

Vichy St-Yorre (14)	La cse
Source St-George.. .. .	7.50

Bassin de Vichy (1)	La cse
Source St-Louis	8.00

Vittel (13)	La cse
Grande Source	10.50
Source Salée	10.50

GINS

Blankenheym & Nolet (14)	La cse
Marque 'Clef', C'ses Rouges ..	10.50
Marque 'Clef', C'ses Vertes ..	5.00
Marque 'Clef', C'ses Violettes ..	5.00
En cruchons	10.00
Au gallon	de 3.00 à 3.25

John de Kuyper & Son (4)	La cse
Caisses Rouges	11.75
Caisses Vertes	12s 6.25
Caisses Violettes.. .. .	24c 5.50
Au gallon	3.15 à 3.30

P. Hoppe, "Night Cap" (1)	La cse
Rouges.. .. .	10.65
Jaunes.. .. .	11.00
Vertes	5.25
Bleues.. .. .	6.00
Violettes.. .. .	2.50
Au gallon	3.05 3.25

P. Hoppe, "Imperial" (1)	La cse
Rouges.. .. .	10.50
Vertes	5.00
Violettes	2.45

Melchers, de Berthierville (3)	La cse
Croix Rouge. Caisses Rouges.. ..	11.25
Croix Rouge. Caisses Vertes.	5.85
Croix Rouge. Caisses Violettes.. ..	5.00

J. J. Melchers (3)	La cse
Honey Suckle, Cruch verre ..	9.00
Honey Suckle, Cruch pierre ..	9.00

Netherland's Steam Disty. Co. (1)	La cse
Kiderlen's "Croix d'honneur".	

Caisses Rouges.. .. .	11.00
Caisses Vertes.. .. .	5.25
Caisses Violettes.. .. .	4.90

Cruchons verre—12s 3 gals. .	11.75
Cruchons verre—24s 3 gals. .	12.75
Cruchons verre—12s 5 gals. .	17.50

A. C. A. Nolet, Schiedam (5)	La cse
Caisses Rouges.. .. .	10.75
Caisses Vertes.. .. .	5.75
"The Real" Dry Gin	7.10

Old John (2)	La cse
Caisses Rouges	15s 9.75
Caisses Vertes	12s 5.25
Caisses Pony	24s 4.50

Van Dulken Weiland & Cie (13)	La cse
-------------------------------	--------

Bouteilles Noires.	
Violettes, 1 1-2 gallon, 24 Bout.	4.95
Vertes, 1 1-2 gallon, 12 Bout.	4.95
Vertes, 2 gallons, 12 Bout.	5.85
Rouges, 3 1-2 gallons, 15 Bout.	10.75
Rouges, 4 gallons, 15 Bout.	11.25

Bouteilles Blanches.	
Violettes, 1 1-2 gallon, 24 Bout.	5.50
Bleues, 1 1-2 gallon, 12 Bout.	5.25
Bleues, 2 gallons, 12 Bout.	6.50
Blanches	6.50
Jaunes, 3 1-2 gallons, 15 Bout.	11.20
Jaunes, 4 gallons, 15 Bout.	11.75

HOCKS

Frederick Krote (14)	qts. pts.
Sparkling White	16.00 17.00
Sparkling Red	18.00 19.00

LAGERS

Val. Blatz Brewing Co.	
Export	12.00
Miller Brewing Co. (2)	Le Brl.
Marque "High Life", 10 doz. .	12.50
Marque "Buffet", 10 doz. .	12.00
Malt Extract, 8 doz.	15.60

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine (12)	qts. pts.
12 litres.. .. .	19.50 21.00

Blankenheym & Nolet (14)	qts. pts.
Anisette	12.00
Curaçao	11.00
Kirsch, forêt noire	12.00
Liqueur Hannapier	18.00 19.00
Petite Chartreuse Jaune	18.00 19.00
Elixir de Spa	15.00 16.00

Briand & Jaquet (1)	La cse
Cherry Whiskey	7.50
Blackberry Brandy	7.50
Cherry Brandy	7.50
Crème de Menthe Verte	9.00
Crème de Menthe Blanche	9.00
Crème de Cassis	9.00
Curaçao Orange	9.00
Sirop de Grenadine	7.00

Marie Brizard & Roger (12)	La cse
Anisette.. .. .	13.50
Curaçao, Orange ou Blanc.. .. .	12.50
Marasquin.. .. .	13.00
Kummel, Superfin.	12.00
Kummel Crystallisé.. .. .	12.50
Green Peppermint.. .. .	13.00
Crème de Menthe, Blanche.. .. .	13.00
Cherry Cordial.. .. .	12.00
Cherry Brandy.. .. .	12.00
Blackberry Brandy.. .. .	12.00
Kirsch.. .. .	11.00
Bitter Triple.. .. .	12.00
Liqueurs assorties.. .. .	13.00
Crème de Menthe Verte.	13.00
Crème de Moka.. .. .	13.00
Crème de Cassis	13.00
Crème de Noyau	13.00
Eau-de-vie de Dantzlk.. .. .	13.00
Orange Bitters.	9.50
Punch au Kirsch.. .. .	11.00
Peach Brandy.. .. .	12.00

Bustanoby Bros.	qts. pts.
Forbidden Fruit	23.00

Chartreuse St-Denis (2)	qts. pts.
Verte	10.50 11.50
Jaune	10.50 11.50

Delizy & Dolstan (3)	qts. pts.
Curaçao	12.00
Marasquin	12.00
Kummel	12.00
Liqueur jaune	15.00 16.00
Liqueur verte	16.00 17.00

Alex Droz & Cie (12)	qts. pts.
Crème Cacao-Chouva.. .. .	16.00 17.00

Nelson Dupoy (14)	qts. pts.
Maraschino	13.00
Grenadine.. .. .	8.50

Frémey Fils (12)	qts. pts.
Cherry Whiskey, [Chesky]	16.00 17.00
Orange Whiskey.. .. .	14.00

N. Fricquet & Cie (13)	La cse
Cherry Whisky	12 qts. 8.50
Cherry Brandy	" 8.50
Blackberry Brandy	" 8.50
Peach Brandy	" 9.00
Apricot Brandy	" 9.00
Crème de Menthe	" 9.00
Crème de Menthe Boule, 12 litres	12.00
Crème de Vocoa	12 qts. 8.50
Crème de Noyau	" 9.00
Kirsch	9.00
Kummel	9.00
Marasquin	9.00
Curaçao	10.00

Jules Lamothe (14)	qts. pts.
Cherry Whiskey	9.00

Levert & Schudel (14)	qts. pts.
Marque "Pélican"	
Anisette	12.00
Crème de Menthe	12.00
Curaçao	12.00
Kummel	12.50
Maraschino	13.00

Pères Chartreux (13)	La cse
de Tarragone.	
Liqueur Jaune	12 litres 23.00
Liqueur Jaune	24/2 " 24.50
Liqueur Verte	12 " 27.50
Liqueur Verte	24/2 " 29.00

Melrose Drover Ltd (3)	La cse
Cherry Whiskey.. .. .	11.00

Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.
Crème de Menthe Verte.. .. .	11.00
Cherry Brandy.. .. .	11.00
Cacao l'Hara à la Vanille	12.50
Kirsch ***.. .. .	11.00
Prunelle de Bourgogne.	12.50
Crème de Framboises.. .. .	12.25
Fine Bourgogne, 12 lit.. .. .	20.00
Crème de Cassis.. .. .	11.00
Fine Bernard.. .. .	15.00
Grenadine.. .. .	8.50
Anisette.. .. .	11.00
Kumel.. .. .	12.00

J. Sorin & Co. (14)	qts. pts.
Cherry Whiskey	15.00

P. Thorne & Sons (14)	qts. pts.
Apricot Brandy	24.00

Tournil & Fleury (2)	qts. pts.
Anisette	8.00
Crème de Menthe	8.00
Crème de Cacao	8.00
Crème de Cassis	8.00
Curaçao	8.00
Sirop Grenadine	6.00

Gabriel Viard, Troyes (10)	12 24/2
Chartreuse jaune	22.00 24.00
Chartreuse verte	24.00 26.00
Pur Abricot [the genuine]	28.00 30.00
Marasquin, bout. d'origine	22.00 24.00
Viardictine de l'Abbaye St.	
Urbain	20.00 22.00
Curaçao, triple sec	20.00 22.00
Peppermint [Menthe verte]	20.00 22.00
Cassis Imperator	20.00 22.00
Crème de Cacao, Schouwa	
à la vanille	20.00 22.00

Crème de Moka	20.00	22.00
Anisette Extra fine, Cru- chons ou flacons	20.00	22.00
Curaçao quadruple sec	22.00	24.00
Pour ordres d'importation, 25 caisses minimum, s'adresser aux agents.		

Wilson (14)	qts.	pts.
Blackberry Brandy.. . . .	9.00	
Hungarian Blackberry Brandy	7.00	
Wallace Cherry Brandy.. . . .	9.00	

MADERE

Blandy Bros. (2)	La cse
Very Superior... .. .	8.50
Special Selected	10.50
London Particular... .. .	13.00

Cossart, Gordon & Co. (5)	
Au gallon.. . . .	2.50 à 9.00
Rutherford & Browne (15)	
Au gallon... .. . de 2.50 @ 10.00	

MALAGA

Blandy Bros. (2)	La cse
Etiquette Bleu—pâte-doux. . . .	7.50
Etiquette Blanc—pâte... .. .	10.00

MOSELLE

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Braunberger... .. .	9.00	10.00
Piesporter	10.00	11.00
Berncasteler Doctor.	15.00	16.00
Crown Sparkling... .. .	18.50	20.00
Nonpareil Sparkling... .. .	24.50	26.00

Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Zeltinger... .. .	8.50	9.50
Braunberger... .. .	12.00	13.00
Pisport... .. .	13.00	14.00
Scharzberg—1895... .. .	18.00	
Sparkling Moselle... .. .	18.00	19.50

Frédéric Krote (14)	qts.	pts.
Sparkling	15.00	16.00

Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Wlnneger	6.00	7.00
Braunberger	8.50	9.50
Sparkling	17.00	18.00
Hocheimer	17.00	18.00
Cabinet	23.00	25.00

P. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Piesporter	8.50	9.50
Zeltinger	9.00	10.00
Braunberger	15.00	16.00
Berncasteler Doctor	16.50	17.50

OLD TOM & DRY GINS

Boords (9)	La cse
Old Tom... .. .	7.25
London Dry... .. .	7.25

Booth (4)	La cse
London Dry	8.00
Old Tom	8.00

Burnett (15)	La cse
London Dry	7.50
Old Tom	7.50

Club (3)	La cse
Old Tom... .. .	6.50
Old Tom au gallon	3.00

Cold & Co. (1)	La cse
Sloe Gin	Qts. 10.00
Marque Beaver	Qts. 5.75
Marque Beaver	Pts. 6.75
London Dry	Qts. 6.00
London Dry... .. .	Pts. 7.00

Colonial (3)	La cse
London Dry... .. .	6.50

Gordon (12)	La cse
London Dry... .. .	7.50
Old Tom... .. .	7.50

Hill's & Underwood (6)	La cse
London Dry	7.50
Old Tom	7.50

Imperial Wine Co. (6)	La cse
London Dry... .. .	6.50
Old Tom... .. .	6.50

J. & W. Nicholson & Co. (10)	La cse
Old Tom	8.25

London Dry	8.00
Sloe	12.50
A. C. A. Nolet (5)	La cse
"The Real" Dry Gin	7.10
John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse
Old Tom	7.50
London Dry	7.50
Sloe	11.00

Thorne (14)	La cse
Old Tom... .. .	7.50
London Dry... .. .	7.50
Au gallon	3.50

Wilson (14)	La cse
Royal Crown Old Tom... .. .	6.50
Au gallon... .. .	2.00 @ 3.00

OPORTO

Blandy Bros. (2)	La cse
Invalid's Special	12.00
Good Fruity	7.50

J. W. Burmester (14)	La cse
Royal... .. .	5.00
Crusado	6.00
Rich Douro... .. .	9.00
Fine Old Port Red	11.00
Toreador	12.00
Very Fine Old Port White	12.50
Pinhao	18.00
Emperor	21.00
White Port	12.00
Olu Crusted... .. .	12.00
Royal Blue Label	18.00

Diamond T.	2.50 à 2.60
Two Grapes	2.75 à 2.85
Three Grapes	3.00 à 3.10
Four Diamonds	3.35 à 3.50
Four Grapes	3.60 à 3.75
Three Crowns	4.60 à 4.75

J. M. Caselles y Tarrats (3)	
Au gallon... .. .	1.00 à 1.50

Cockburn, Smithes & Co. (4)	
Tawny... .. .	La cse. 16.00
Au gallon... .. .	2.75 @ 7.00

Croft & Co. (6)	
Au gallon... .. .	2.40 @ 7.50
A la caisse	7.00 @ 24.00

Robt. Delaro & Co. (2)	
"Antique"... .. .	qts. la cse. 7.00

Feuerherd Bros. & Co. (7)	La cse
Pioneer	12.00
Comendador	16.00
Au gallon	\$2.75 à \$ 9.00

Garcia Hijos (2)	8.50
------------------	------

Gulmaraens & Co. (6)	
Invalid's Reserve... .. .	La cse. 7.50
Au gallon... .. .	2.25 @ 5.50

Hunt, Roope, Teage & Co. (9)	
Au gallon... .. .	2.00 @ 5.50

Oliva Morez y Ca. (3)	La cse
Old Tawny	5.50

MacKenzie & Co. Ltd. (12)	
Au gallon... .. .	2.50 @ 10.00

A. Rizat et Cie (2)	2.50
---------------------	------

Robertson Bros. & Co. (3)	La cse
Medal Port No 1	16.00
Medal Port No 2	13.00
Favorita Oporto	8.00
Au gallon... .. .	1.50 @ 6.50

Sandeman & Co. (12)	La cse
Superior Old... .. .	12.00
"Club"... .. .	18.00
"1890"... .. .	25.00
Au gallon... .. .	2.50 @ 15.00

T. G. Sandeman & Sons (5)	
Au gallon... .. .	2.75 @ 9.00

Silva & Cosens (15)	La cse
Dow's Admiral... .. .	16.50
Dow's Toreador	9.50
Au gallon... .. .	2.50 @ 14.00

Manual Tosta (2)	La cse
	6.50

Wiese & Krohn (10)

Tinto Novo	gallon	1.50
Caisse 12 qts.		5.50
Tinto Novo No 1	gallon	2.15
Ligitimo No 1	gallon	3.90
Caisse 12 qts.		7.50
Particulier	gallon	3.50
Invalid Port	cse 12 qts.	10.00

T. Ventura & Co. (2)		4.50
E. Yzaguirre (5)	Le Gal.	

Three Grapes		1.50
-----------------------	--	------

PORTER ANGLAIS

Guinness (3)	qts.	pts.
Read Bros. "Dog Head"... .. .	2.60	1.65

Guinness' (14)	qts.	pts.
Monkey Brand	2.50	1.60
Monkey Brand Nips		1.10

Guinness' (4)	qts.	pts.
E. & J. Burke, bottling... .. .	2.60	1.65

W. E. Johnson & Co. (13)	qts.	pts.
Marque Compass	2.55	1.65

Machen & Co. (6)		
Marque Pelican	2.50	1.60

Machen & Hudson (5)		
Marque "Beaver"... .. .	2.50	1.50

RHUMS

Boivin, Wilson & Cie (3)	qts.	pts.
Black Joe	8.00	9.00
No 7... .. .	7.00	8.00

Marie Bizard & Roger (12)	qts.	pts.
Ste-Croix... .. .	12.00	
P. S. Clément... .. .	11.00	
Jamaïque au gallon... .. .	5.00	

E. & J. Burke (4)	qts.	pts.
Jamaica... .. .	9.50	

Dandicolle & Gaudin (1)	qts.	pts.
Lion	8.00	9.50
Royal	0.00	11.00
St-Marc	0.00	9.50

Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Kaiopa Habitation	10.50	12.50
Vieux Rhum	12.00	14.00
Carmencita (Jamaica)	13.00	15.00

H. G. Kewney & Co. (5)	qts.	pts.
Old London Dock—1 Etoile	7.75	
Old London Dock—3 Etoiles	8.75	

Navy Reserve (6)	qts.	pts.
Jamaica		9.00

John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse
Jamaica Rum	10.50

J. B. Sherriff & Co. (9)		
Marque "Bell"... .. .	9.00	
Marque "Bell", 36 o. p. au gallon... .. .	5.00	
Marque "Blue Star", 36 o. p. au gallon... .. .	4.75	

Thorne (14)	qts.	pts.
Marque "Lion"	8.50	10.50
Liquid Sunshine	9.50	10.50

Turner (2)	La cse
Quarts	7.00
Pints	8.00
1/2 Pints	9.00

SAUTERNES

Barton & Guestier (4)	qts.	pts.
Haut Sauternes	12.50	13.50
Graves	6.00	7.00
Barsac... .. .	8.75	9.75
Château Yquem... .. .	24.00	25.00

J. Calvet & Cie (6)	qts.	pts.
Graves... .. .	5.25	6.25
Sauternes... .. .	5.50	6.50
Haut Sauternes 1901... .. .	11.50	12.50

Faure Frères (3)	qts.	pts.
Sauterne... .. .	4.00	5.00
Sauterne... .. .	5.00	6.00
Haut Sauterne... .. .	8.00	9.00
Château Barsac... .. .	6.50	7.50
Château Yquem... .. .	15.00	16.00

Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Graves	4.00	5.00
Barsac	7.00	8.00
Haut Sauternes	8.00	9.00
Château Yquem	18.00	19.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts.	pts.
Ordinaire	5.50	6.50
Haut Sauternes	9.00	10.30
A. Guilhou Frère Aîné (13)	qts.	pts.
Sauternes	4.50	5.25
Haut Sauternes	5.00	6.00
Graves Martillac	6.00	7.00
Jimenez & Lamothe (14)	qts.	pts.
Sauternes	5.00	6.00
Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts.	pts.
Barsac... .. .	6.00	7.00
Sauternes... .. .	6.00	7.00
Graves... .. .	6.00	7.00
Haut Sauternes... .. .	11.50	12.50
Château Yquem... .. .	20.00	21.00
A. Lalande & Cie (5)	qts.	pts.
1890 Graves... .. .	4.80	5.80
1888 Barsac... .. .	5.20	6.20
Lecompte & Morel (2)	2.75	3.25
Vigneau & Cambours (2)	3.50	4.00
Gustave Vignerons (1)	3.00	4.00

SHERRIES

Blandy Bros. (2)	La cse
Manzanilla	8.50
Amoroso	11.00
J. M. Caselais y Tarrats (3)	
Au gallon... .. .	1.00 à 1.50
F. W. Cosens & Co.	
Au gallon... .. .	de 2.00 @ 10.00
Richard Davies (9)	
Au gallon... .. .	1.50 @ 5.00
Pedro Domacq (5) au gallon	1.25 @ 9.00
Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse
Emperador	16.00
Corona	12.00
D. Goni Feuerheerd (7)	
Caisses	16.00
Au gallon... .. .	3.00 à 9.00
Manuel Gamboa Ramirez (6)	
Au gallon... .. .	1.25 @ 4.50
A la caisse	4.50 @ 12.00
Jose Gomez (2)	La cse
Corona	12.00
Gonzalez & Byass (14)	La cse
Christiana Dry	10.00
Idolo Seco	12.00
	Au gal
Pendon	2.00
Claro	2.50
Giralda	3.00
Old Brown	3.25
Fino	3.75
Amontillado	4.00
Vino de Pasto	4.00
Oloroso	4.25
Las Torres	4.50
Victorioso	5.50
Jubilee	6.00
P. Juanito & Co. (2)	La cse
M. Misa (4) au gallon	1.50 @ 6.00
Oliva Morez y Ca. (3)	La cse
Golden Sherry	5.50
Mackenzie & Co. Ltd. (12)	
Au gallon... .. .	1.50 @ 10.00
Robertson Bros. & Co. (3)	La cse
Amontillado	16.00
Manzanilla	13.00
Oloroso	8.00
Au gallon... .. .	1.75 @ 7.50
Sanchez Hermanos (2)	La cse
Sanderman Buck & Co. (Julian Pémartin)	
(12)	La cse
Pale Dry	12.00
Montilla Fino, very dry	12.00
"Club"	18.00
Selected Old... .. .	36.00

"Jubilee"	50.00
Au gallon... .. .	de 1.50 @ 10.00
Sob. de Vda X. Harmony y Ca. (13)	La cse
Pedro Ximenez	\$12.00
Vin Sherry, gallon	0.90 à \$8.00
A. R. Valdespino & Co. (6)	
Au gallon... .. .	de 1.25 @ 6.50
A la caisse	de 5.00 @ 15.00
B. Vergara (9)	
Au gallon... .. .	1.50 @ 4.50

TARRAGONES

Darichez M. (4) au gallon..	1.00 à 3.00
-----------------------------	-------------

VERMOUTH

Dolin Chamberizette (2)	La cse	8.00
Cte Chazalette & Co. (3)		7.00
E. Martinazzi & Co. (Italien) (1)		5.75
Noilly, Prat & Co. (12)		7.00
Freund Ballor & Co. (Italien) (12)		6.75
P. Ricardo Forino (2)		6.50

VIN DE GINGEMBRE

Boivin, Wilson & Cie (3)	La cse
Quarts	4.50
Au gallon	1.20
Cold & Co. (1)	qts. 4.00
Au gallon	0.85 à 1.25

VIN DU RHIN

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Laubenheim... .. .	7.00	8.00
Nierstein... .. .	8.50	9.50
Rudesheim	15.50	16.50
Liebfraumilch	17.00	18.00
Hockheim... .. .	18.00	19.00
Marcobrunn... .. .	21.50	
Johannesberg... .. .	25.00	
inwein [cruchons]	11.00	12.00
Sparkling Hock	17.50	19.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Laubenheim... .. .	7.00	8.00
Bodenheim... .. .	7.50	8.50
Nierstein... .. .	8.50	9.50
Steinwein in Boxbeutels... .. .	11.00	
Rudesheim... .. .	15.00	16.00
Liebfraumilch... .. .	15.00	16.00
Giesenheim... .. .	16.00	17.00
Hochheim... .. .	18.00	19.00
Johannisberg... .. .	21.00	22.00
Claus Johannisberg—1893	30.00	
Sparkling Hock... .. .	18.00	19.50
Frederick Krote (14)	qts.	pts.
Laubenheimer	6.00	7.00
Niersteiner... .. .	6.75	7.75
Rudesheimer... .. .	10.00	11.00
Hochheimer... .. .	10.00	11.00
Steinwein... .. .	11.00	12.00
Liebfraumilch... .. .	14.50	15.50
Johannisberger... .. .	17.00	18.00
Royal Scharzberg... .. .	20.00	21.00
Sparkling Hock, blanc	16.00	17.00
Sparkling Hock, rouge	18.00	19.00
Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Bodenheimer... .. .	6.00	
Hohnheimer... .. .	6.50	
Laubenheimer... .. .	7.00	
Niersteiner... .. .	8.00	
Oppenheimer	9.00	
Hochheimberg	9.50	
Johannisberg... .. .	15.00	
F. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Laubenheimer	7.50	8.50
Niersteiner	9.00	10.00
Rudesheimer	12.50	13.50
Liebfraumilch—1893	18.00	19.50
Johannisberger—1893	25.00	26.00

VINS TONQUES

Castro (5)	La cse
1 Seal port... .. .	5.00
3 Seal port	6.00
Dubonnet (1)	La cse
Litres	10.00

Red Heart (15)	9.00
Vin Mariani (14)	10.00
Vin St-Michel (3)	8.50
Wilson's Invalid's Port (14)	8.00

WHISKEYS AMERICAINS

Wilson (14)	La cse
Bourbon Gold Lion	10.00
Old Valley	qts. 12.50
Old Valley	1-2 flasks 16.00

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye (1)	La cse
Screw top, 16 flasks	6.00
Screw top, 24 flasks	6.25
Screw top, 48 flasks	7.25
Glass stop, 24 flasks	6.50
Glass stop, 48 flasks	7.50

Perfection Brand Rye (1)	La cse
Amber	12 qts. 5.00
Glass stop, 32 flasks. Amber ..	6.00
Rock & Rye	12 qts. 7.90
Rock & Rye	24 flks 8.00

Parker's (9) High Wines 50 o. p. gal.	
En quarts... .. .	3.90
En 1-2 quarts... .. .	3.95
Quantités moindres... .. .	4.00

Jos. E. Seagram (16)	La cse
"Star" Rye	qts.
"Star" Rye	Flasks, 32s.
"Star" Rye	Flasks, 64s.
White Wheat	qts.
White Wheat	Flasks, 32s.
No. "83" Rye	qts.
No. "83" Rye	Flasks, 16s.

Unicorn (13)	La cse
Quarts	6.90
24 Flasks	6.50
48-½ Flasks	7.50

Hiram Walker & Sons	se
Canadian Club, 5	10.00
Canadian Club	Flasks, 16s. 10.50
Canadian Club	Flasks, 32s. 11.00
Imperial	qts. 7.50
Imperial... .. .	Flasks 16s. 8.00
Imperial... .. .	½ Flasks 32s. 8.50
	au gal.
Canadian Club—5 years old	4.00
Imperial... .. .	2.80
Rye... .. .	25 U. P. 2.25
Malt... .. .	25 U. P. 2.25

Wilson (14)	La cse
Empire Rye... .. .	qts. 8.00
Empire Rye... .. .	flasks. 9.00
Empire Rye... .. .	½ flasks. 10.00
Empire Rye	32 flasks 8.00
Liquid Sunshine	qts. 6.00
Liquid Sunshine	Flasks 7.00
Liquid Sunshine	1-2 Flasks 8.00
Liquid Sunshine	32 Flasks 7.00
Etoffe du Pays	qts. 6.00
Moonlight... .. .	qts. 6.00
Moonlight... .. .	Flasks 16s. 6.50
Moonlight... .. .	Flasks 32s. 7.00
Moonlight... .. .	Flasks 36s. 7.25
Moonlight... .. .	Flasks 64s. 8.00

J. P. Wiser & Sons, Ltd. (17)	
Recreation	La cse
12 Bout. Rondes... .. .	qts. 5.00
12 Flks.	Imp. qts. 7.00
16 Flks.	Imp. pts. 5.50
32 Flks.	Imp. ½ qts. 6.00
36 Flks.	Travellers 6.00

Canada Whiskey	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 7.00
20 Flks.	Imp. pts. 8.50
32 Flks.	Imp. ½ pts. 8.00
60 Flks.	Imp. ¾ pts. 8.00

Red Letter	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 8.00
Whiskey Clair	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 5.00
H. Corby Distillery Co., Ltd.	La cse
I. X. L.	qts. 8.07
I. X. L.	Imp. Pts. 16s. 8.00

I X.L.	Flasks 32s.	8.25
1. X.L.	Miniatures 54s.	4.50
Old Dominion	Imp. Pts.	8.00
Old Dominion	Miniatures 54s.	4.50
Canadian Rye	qts.	5.40
Canadian Rye. . . .	Imp. Pts. 16s	6.00
Canadian Rye	Flasks 32s.	6.00
S. B. Rye (Special Blend) . .	qts.	7.09
S. B. Rye (Sp. Blend) Imp. Pts.	16s.	7.50
S. B. Rye (Sp. Blend) Flasks	32s.	7.50
S. B. Rye (Sp. Blend) . .	Min. 54s.	4.50
Whiskey Blanc	qts.	5.50
Whiskey Blanc . .	Imp. Pts. 16s.	6.25
Whiskey Blanc	Flasks 32s.	6.00

WHISKEY ECOSSAIS

James Ainslie & Co. (1)	1 cse 5 cses	
Ainslie Liqueur	13.00	...
Ainslie Special Liqueur . .	16.00	...
Ainslie All Malt Liqueur . .	15.00	...
O'Gilvie, quarts.	7.00	6.75
O'Gilvie, 24 flasks.	7.75	7.50
O'Gilvie, Imperial quarts. . .	9.50	...
Ainslie, Yellow label.	9.00	...
Ainslie, Ord. flasks.	10.25	...
Ainslie, Imperial quarts . . .	13.50	...
Ainslie, White label	9.75	...
Ainslie, Special.	10.50	...
Ainslie, Extra Special.	12.50	...
Ainslie, Clynelish [Smoky].	13.00	...

John Begg (13)	La cse	
Capsule rouge	9.50	
Capsule blanche	10.50	
Capsule bleue	12.50	
Special Reserve	18.00	

Big Ben (1)	1 se 5 cses	
Quarts [10 years old]	11.00	10.75

Bulloch, Lade & Co. (4)	La cse	
Loch Katrine.	qts. 7.50	
Loch Katrine	32 Flasks. 9.50	
Loch Katrine. Imp. Qt. Flasks.	11.00	
Special White Label.	9.50	
Extra Special Gold Label. . . .	11.00	

Brae Mar Special (14)	La cse	
Quarts	8.00	
Flasks	9.00	
1-2 Flasks	10.00	
32 Flasks	9.00	

Bruce, Wallace & Co. (14)	La cse	
Imperial quarts	10.50	
Reputed quarts	7.09	
24 Flasks	8.00	
48 Flasks	9.00	
48 Flasks (10 oz.)	14.00	

Burns, Leslie & Co. (14)	La cse	
Gleneil.	qts. 6.00	

Loch Carron (14)	La cse	
Imperial quarts	10.00	
Reputed quarts	6.50	
24 Flasks	7.50	
48 Flasks	8.50	

Robt. Dale & Co. (2)	La cse	
Quarts	12s 5.60	
Flasks	24s 6.00	
1/2 Flasks	48s 7.00	

Peter Dawson (3)	La cse	
Perfection.	9.75	
Special.	10.50	
Extra Special.	9.50	
Liqueur.	12.25	
Old Curio, 20 years old	15.00	
Au gallon.	4.00 @ 7.00	

John Dewar & Sons, Ltd. (15)	La cse	
Dominion Blend.	qts. 8.75	
"Special".	qts. 9.25	
Blue Label.	qts. 9.75	
Special Liqueur [W. Label] qts.	12.50	
Extra Special Liqueur.	qts. 16.50	
5 cses d'une sorte ou assorties, 25c la cse en moins.		

Alex. Ferguson & Co. (10)	La cse	
Fine et vieille liqueur 20 ans d'âge	15.00	
Club Liqueur	13.50	

P. & O. Special Liqueur, 10 ans	10.90	
K. T.	9.50	
Gleneil (14)	La cse	
Imperial quarts	9.50	
Reputed quarts	6.09	
24 Flasks	7.09	
48 Flasks	8.00	

Greenless Bros. (14)	La cse	
King Edward VII. Ext. Sp. qts.	9.50	
King Edward VII. Sp. Liq. qts.	12.00	
Dunblain pure grain	8.75	
Dunblain pure malt	8.75	
Real Antique pure Highland . .	16.00	

King Edward VII	4.75 à 5.00	
V. O. Extra Sp.	4.00 à 4.50	

Haig & Haig (14)	La cse	
★★★★	9.50	
★★★★★	13.00	
Bleu Blanc Rouge.	9.50	
Pinched Bottles	14.00	
Pinched Bottles Wired	16.00	
Au gallon	4.25 à 4.50	

Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse	
Hay's finest.	Sq. qts. 7.75	
Hay's old	Rd qts. 6.75	
Hay's old.	24 flasks 7.50	
Hay's old	32 sq. flasks 7.50	
Hay's old	Imp. qts. flasks 10.00	

D. Hellbron (14)	La cse	
Hilburn Blend.	qts. 8.00	
Hilburn Blend	Imp. qts. 11.00	
Hilburn Blend	Imp. qts. 12.00	
King's Liqueur, 10 years qts.	10.00	
King's Liqueur, 20 years	13.00	
Au gallon	4.00 à 4.25	

John Hopkins & Co. (5)	La cse	
"Old Mull" Blend.	9.50	
"Navy Liqueur" V. O. S.	12.00	

House of Lords (14)	La cse	
Melrose, Drover & Co. (3)	Legal.	
1 étoile.	4.00	
2 étoiles.	4.25	
3 étoiles.	4.50	
4 ét.	4.75	
5 étoiles	5.00	

A. Macmurdo & Co. (14)	La cse	
Imperial quarts	8.50	
Reputed quarts	5.50	
24 Flasks	6.50	
48 Flasks	7.50	

Mitchell Bros. (2)	La cse	
Mullmore 12 Btles.	qts. 6.50	
Mullmore 24s	pts. 7.50	
Mullmore 48s	1/2 flks. 9.00	
Mullmore 24 Imp. qts. Flasks . .	10.00	
Glen Ogle 12 Btles rdes	qts. 8.00	
Heather Dew 12 Btles. rdes qts.	8.00	
Heather Dew 12 Imp. Flks. qts.	11.25	
Heather Dew 10 oz. Flks.	12.00	
Special Reserve 12 Btles. rdes.	9.00	
Special Reserve Pts. 24s	10.00	
Special Reserve Imp. Flks. 24s	11.75	
Finest Old Scotch 12 Btles. rds.	12.50	
Grey Beard Stone Jars	12.50	
E. S. L. Decanters	9.50	
E. S. L.	qts. 9.50	
White Star Liqueur	qts. 10.50	

Old Scotch Proof.	3.50	
Heather Dew	3.45 à 4.00	
Seppial Res. Scotch Proof	4.00	
Special Res.	3.50 à 4.50	
Extra Spec. Liqueur	4.75 à 5.00	

Wallace Moir (3)	La cse	
Imperial Quarts.	12.00	

Alex. McArthur & Co. (3)	La cse	
Quarts	7.50	
Flasks	8.50	
Imp. Quarts	11.00	

James McNeil (1)	La cse	
Imperial Oval.	qts. 8.00	
Quarts.	6.00	
Pints.	7.00	

24 flasks, Screw top.	7.00	
32 flasks, Screw top.	7.50	
48½ flasks, Screw top	8.00	
5 cses à la fois, 25c. en moins.		

Ian McPherson (6)	le gal	
Craigdh.	10 O. P. 4.00	
Dhuloch	9 O. P. 4.10	
Special Blend.	8 O. P. 4.25	
Special Blend.	15 U. P. 3.75	

John Robertson & Son, Ltd. (7)	Legal.	
	Droits payés	

No 1—Fine Old	3.43	
No 2—"Special"	3.68	
No 3—Old Highland	3.96	
No 4—Old Dundee	4.28	
No 5—Old Private John	4.71	
No 6—Liqueur	5.16	
No 8—Dundee Finest	5.96	

Private Stock John Robertson	12.50	
J. R. D. "Star"	9.50	
Duncan McIntosh	8.25	

Robertson, Sanderson & Co. (6)		
"Glenleith" [8 years old]. la cse.	9.00	
"Glenleith" 5 O. P. le gal.	4.75	
"Glenleith" 15 U. P. le gal.	4.00	
"Grand Spécial"	9.00	
"Mountain Dew," full flavor. cse.	9.50	

"Mountain Dew," cruchons terre.		
8 Imp. qts. 12.00		
"Mountain Dew," cruchons terre,		
12 Imp. qts. 13.00		
"Mountain Dew," 4 O. P. le gal.	4.75	
Special Liqueur . . [15 years old].	12.50	
Old Private Stock, [20 years old].	17.50	

John Ben-Royal Lochnagar (13)	La cse	
O.	9.50	
OOO.	10.00	

J. B. Sherriff & Co. (9)	La cse	
Old Islay.	10.00	
V. O. Islay.	10.25	
Islay, 10 o. p. au gallon.	4.25	
Islay V. O. preuve, au gallon. . .	5.25	

Stuart, Campbell & Co. (3)	La cse	
Quarts.	6.50	
Flasks	7.50	
1/2 Flasks.	8.50	
Imperial Quarts.	9.50	

Tammany (14)	qts. 8.75	
R. Thorne & Sons	La cse	
Scotch Arms	10.00	
Antique Liqueur, 20 years	12.00	
Au gallon	4.50	

John Walker & Sons (12)	La cse	
Kilmarnock.	10.00	

Wilson (14)	La cse	
Braê-Mar.	qts. 8.00	
Braê-Mar.	flasks. 9.00	
Braê-Mar.	1/2 flasks. 10.00	

Wilson's (14)	La cse	
V. V. O. Quarts	8.00	
V. V. O. Flasks	9.00	
V. V. O. 1-2 Flasks	10.00	

WHISKEY IRLANDAIS

E. & J. Burke (4)	La cse	
Quarts.	8.50	
Imperial Quart flasks	12.00	
Findlater (14)	La cse	
A 1.	9.50	

Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse	
Hay's Old	Rd qts. 6.75	
Hay's Old.	24 flasks. 7.50	
Hay's Old	32 flasks. 7.50	
Hay's Old	Imp. qt. flasks. 10.00	

D. Hellbron & Sons (14)	La cse	
Old Irish	Imp. quarts 11.00	

Innishannon (14)	La cse	
Quarts	6.50	
Flasks	7.50	
1-2 Flasks	8.50	

John Jameson & Son (5)	La cse	
1 étoile	9.50	
3 étoiles.	11.25	

William Jameson (12)	La cse		Au gal.	Old Bushmill (14)	La cse
1 harpe... ..	9.75	Old Irish .. .	3.65 à 4.00	★★★... ..	12.00
3 harpes... ..	10.75	Special Irish .. .	4.75 à 5.00	Special Malt... ..	10.50
McConnell's (1)	La cse	Wm. O'Borne & Sons (1)	La cse	Au gallon .. .	4.50
★ .. .	Qts. 9.00	12 Imperial Oval Quarts .. .	9.00	George Roe & Co. (12)	La cse
★★★ .. .	Qts. 10.75	12 Ordinary Quarts .. .	6.50	★ .. .	9.75
Special Liqueurs .. .	Qts. 12.50	24 Pints .. .	7.50	★★★ .. .	10.75
Mitchell Bros. Ltd. (2)	La cse	24 Flasks, stoppers .. .	7.50	Kilkenny (3) .. .	6.50
Old Irish Imp. Qts. 12s .. .	11.00	48 1-2 Flasks, stoppers .. .	8.50	St-Kevin (3) .. .	8.00
Old Irish 12 Btles. rdes .. .	Qts. 6.50	O'Brien (14)	La cse	Kilkenny (3) .. .	6.50
Old Irish Pts. 24s .. .	8.00	Imperial quarts .. .	10.50	Wilsons' (14)	La cse
Old Irish Flasks 10 oz.	12.00	Reputed quarts .. .	7.00	3 Horns .. .	qts. 6.00
Spec. Old Irish Imp. Pts. Flks.	11.75	Flasks .. .	8.00	3 Horns .. .	Flasks 7.00
Cruiskeen Lawn Stone Jars .. .	12.50	1-2 Flasks .. .	9.00	3 Horns .. .	1-2 Flasks 8.00
Cruiskeen Lawn, Imp. Qts. Flks .. .	11.50				

—Clef à la liste précédente—

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante.

- | | | |
|----------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| 1. L. Chaput, Fils et Cie. | 7. John Robertson & Son, Ltd. | 13. D. Masson et Cie. |
| 2. Laporte, Martin et Cie. | 8. Hiram, Walker & Sons. | 14. L. A. Wilson & Co. |
| 3. Boivin, Wilson et Cie. | 9. Gillespies & Co. | 15. J. M. Douglas & Co. |
| 4. John Hope & Co. | 10. Bernard & Laporte. | 16. Jos. E. Seagram. |
| 5. W. R. Wonham & Sons. | 11. H. Corby Co. | 17. J. P. Wiser & Sons. |
| 6. S. B. Townsend & Co. | 12. Law, Young & Co. | 18. D. McManamy & Co. |

AGISSEZ SELON VOS MOYENS

L'inclination la plus naturelle d'un homme qui découvre une augmentation de ses affaires et de ses profits, est d'accroître son stock et d'agrandir son magasin. Quelle réalité et quelle apparence y a-t-il dans cette augmentation, voilà le point déterminant qui indiquera la voie à suivre pour l'augmentation du stock et l'agrandissement du magasin. Des quantités d'hommes ont été conduits par l'accroissement de leurs ventes à augmenter ce qu'ils se plaisent à appeler leurs facilités, avant que leur prospérité réelle et leur aptitude à diriger un commerce plus important ne justifient une telle décision. Rien en affaires ne justifie mieux l'avis: "soyez sûr que vous êtes dans la bonne voie et allez de l'avant".

Un détaillant, possesseur d'un capital moyen, avait un magasin de 25 pieds sur 7½, avec un entrepôt en arrière. Ses marchandises étaient bien choisies et à des prix raisonnables. Ses affaires augmentèrent rapidement et, à certains jours, le magasin était rempli de clients à un point qui semblait rendre la situation peu confortable. Les profits de la seconde année furent si élevés que ce marchand jugea nécessaire de louer un magasin quatre fois plus grand et de le remplir de marchandises pour lesquelles les marchands de gros lui ouvrirent un

fort crédit. Les affaires n'augmentèrent pas en proportion et il commença à s'apercevoir qu'il était douteux qu'il arrivât à l'augmentation voulue dans la localité—la clientèle manquait.

Au bout de deux ans, ce marchand fit faillite, simplement par ce qu'il avait voulu embrasser plus qu'il ne pouvait étreindre.

L'homme que la prospérité conduit à l'extravagance est, le plus souvent, celui qui ne réussit pas. Si un affaire de cent dollars par jour double au cours d'une année, il n'en faut pas conclure qu'elle quadruplera ou même qu'elle triplera dans une autre année. Nous devons agir suivant la raison et nous rendre compte que notre prospérité est due tout autant à de bons assortiments et à des prix raisonnables qu'à l'augmentation possible de la demande. Des idées de conservatisme qui font rester dans le même magasin aussi longtemps que possible et un accroissement d'affaires obtenu progressivement plutôt que par à-coups, voilà la règle de conduite qui sauve un homme d'affaires à un moment qui pourrait être assimilé au point de changement proverbial dans la marche d'une fièvre.

Avoir un commerce dont l'augmentation indique la faveur et l'approbation du public et bien juger la cause et l'étendue probable de cette augmentation, cela dénote, chez un homme d'affaires, une

perspicacité qui le fera réussir. Si nous vendons quatre morceaux d'une certaine marchandise dans tant de jours, cela n'indique pas que la demande pour cette marchandise durera indéfiniment et ne justifie pas l'achat d'une caisse. Si la foule remplit un magasin de 75 pieds sur 25, cela n'indique pas nécessairement qu'il faille prendre un magasin quatre fois plus grand pour maintenir les affaires en bonnes conditions. L'homme possédant un petit magasin bien achalandé et forcé à quelque gêne est plus satisfait que celui qui a un grand magasin dans lequel les clients sont clairsemés, ce qui fait dire au public observateur que son commerce n'est plus ce qu'il était dans le magasin plus petit.

Le doute du public et un stock trop fort de marchandises font plus de tort à un commerce que ne pouvait lui faire de bien l'approbation de ce même public autrefois. L'homme qui s'agrandit quand le besoin s'en fait sentir et qui est à même de discerner le moment opportun pour le faire est celui qui réussit. Les achats fréquents donnent plus de profits à un petit magasin qu'un stock trop fort à un grand. Vivre selon ses moyens s'applique aussi bien aux affaires qu'à l'intérieur du ménage.

Ecoutez attentivement, répondez prudemment, décidez-vous promptement.



LES CIGARES DE LA HAVANE

L'année dernière, l'île de Cuba a exporté le nombre énorme de 256,738,029 cigares de la Havane. Contrairement à l'idée généralement admise que l'Amérique prend la plus grande partie de ces cigares, ce pays n'en a importé que 30 pour cent des exportations totales, c'est-à-dire 79, 483,125 cigares, tandis que l'Angleterre en a acheté 92,459,687. L'Allemagne en achète de 25 à 30 millions et la France de dix à douze millions. Une raison des ventes plus fortes à l'Angleterre qu'à l'Amérique, c'est que l'Amérique achète une grande quantité de tabacs en feuilles, qui est converti en cigares dans ce pays. L'année dernière, elle a importé 25 millions de livres de tabac en feuilles, tandis que l'Angleterre n'en a importé que 25,000 livres. Mais peu de cigarettes cubaines sont expédiées aux Etats-Unis, la plus grande partie de ce produit étant dirigée sur l'Amérique du Sud. Bien que ce nombre de 250,000,000 en chiffres ronds; semble énorme, les stocks des marchands de cigares seraient bien vite épuisés, si Cuba était la seule source d'approvisionnement, car l'Amérique consomme annuellement 8,000,000,000 de cigares.

LES CIGARETTES EN RUSSIE

La quantité de cigarettes fumées en Russie est presque incroyable; toutes les classes de la société ne fument presque pas autre chose et on peut dire que chaque individu mâle âgé de plus de quinze ans fume en moyenne un nombre de cigarettes qui n'est pas éloigné de 150 par semaine.

C'est ce que dit le consul général de la Grande-Bretagne dans un rapport au Foreign Office. Les cigarettes, dit-il, sont petites, une livre de tabac suffisant pour 1000 cigarettes environ. Elles sont formées de tubes en papier tout préparés, munies d'ordinaire d'un bout en carton pour la bouche; dans ces tubes on insère le tabac à la main ou à la machine.

La préparation de ces tubes en papier forme une industrie séparée dont le centre principal est Brest Litovsk. La raison pour laquelle cette industrie est surtout florissante dans cette ville, c'est que sa population est pauvre et que la main-

d'œuvre y est à très bon marché; en outre, la ville est située à la jonction de six lignes de chemins de fer, ce qui facilite l'arrivée des matières premières et l'expédition de l'article tout préparé.

LA CONSOMMATION DES CIGARETTES EN ITALIE, EN FRANCE ET EN ALLEMAGNE

Le consul Dunning à Milan rend compte qu'en 1884 la consommation des cigarettes en Italie était d'environ 23,000,000 et en 1902, de 200,000,000. Pendant l'année fiscale 1905-1906, cette consommation a été d'un demi-billion, nombre qui tend à augmenter.

En 1870, la France a consommé 16,000,000 de cigarettes et, en 1905, plus de 2,000,000,000. En Allemagne, la consommation a été de 600,000,000 de cigarettes en 1903 et de plus de 4,000,000,000 en 1904.

LE TABAC ET LES RATS

"Au cours de mes vingt-cinq ans d'expérience dans le commerce du tabac, disais un marchand de cigares, je ne me souviens que de quelques cas où les rats aient causé de l'ennui dans les magasins de cigares. Ils ne peuvent pas supporter l'odeur du tabac et je ne sache pas que des rats aient jamais mangé du tabac sous quelque forme qu'il fût. Je suppose que le goût du tabac ne leur plaît pas. Vous pourriez remplir de rats ce magasin; j'ouvrirais toutes les boîtes de cigares et de tabac, de manière que toute la gent rongeuse pût avoir accès à la marchandise, et je vous parierais que pendant toute la nuit les rats n'auraient touché à rien dans le magasin. Les rats ne rongent pas le tabac. La fumée même du tabac semble les affoler.

"Je me rappelle avoir fait une expérience pour voir l'effet de la fumée de tabac sur le rat et déterminer la cause de son antipathie pour le tabac. J'avais pris un rat dans ma maison. Je le mis dans une petite cage et commençai à souffler sur lui de la fumée de tabac. J'ai déjà vu beaucoup d'animaux frappés de terreur, mais rien de ce que j'ai vu n'égala la frayeur de ce rat quand je

commençai à envoyer de la fumée à travers les barreaux de la cage. Si la cage avait été en feu, il n'aurait pas été plus terrifié. Je continuai l'expérience plus loin que je n'en avais l'intention, car tout à coup le rat devint aussi mou qu'une guenille et il est évident qu'il était profondément dégoûté. Cette expérience m'a appris que le rat ne peut supporter ni l'odeur, ni le goût du tabac et je suppose que c'est pour cela que les magasins de cigares ne sont pas infestés de rats."

LE COMMERCE DU TABAC A CUBA

Dans son bulletin du mois de mars, le Bureau des Républiques américaines fait une revue du marché du tabac à Cuba pour l'année civile 1906. Cette revue indique, dit "Tobacco Journal," que, du 1er janvier au 31 décembre 1906, Cuba a exporté aux Etats-Unis, en Allemagne, au Canada, à la République Argentine, en France, en Autriche, en Angleterre, au Chili, en Hollande et en Australie, 277,426 balles de tabac en feuilles, dont le poids total était de 12,636,836 kilogrammes (27,801,039 livres), contre 317,087 balles, d'un poids total de 14,776,139 kilogrammes (32,507,505 livres) en 1905. On voit donc qu'en 1906 il y a eu diminution de 89,661 balles d'un poids de 2,139,303 kilogrammes (4,706,466 livres).

Les marchés qui prenaient autrefois du tabac cubain, mais qui n'en ont pas importé en 1906 sont: Miquelon, Honduras, Gibraltar, les Canaries, les Indes Hollandaises, le Danemark, les Antilles Britanniques et l'Afrique Française.

Ces marchés avaient importé 706 balles pesant 77,847 livres. En 1906, les nouveaux marchés étaient: St-Domingue, la Chine et le Brésil qui ont importé 111 balles pesant 10,725 livres.

Les cigares, en 1906, ont été exportés au nombre de 256,738,029 en Angleterre, aux Etats-Unis, en Allemagne, en France, au Canada, en Belgique, dans l'Afrique anglaise, en Hongrie et en Italie, contre 227,028,621 en 1905; il y a donc eu, en 1906, une augmentation de 29,709,508 cigares. Les pays qui n'ont pas importé de cigares de Cuba, en 1906, sont: les Bermudes, les Açores, l'Océanie française, la Corée et l'Afrique portugaise, pays dont les achats, en 1905, s'élevaient à

107,871 cigares. De nouveaux marchés, ayant importé 329,930 cigares d'origine cubaine pendant l'année, sont les suivants: Turquie d'Europe; Suède, Trinité, Colombie anglaise, diverses régions d'Asie, Chine, Russie, Indes anglaise, Turquie d'Asie, Afrique allemande, Norvège, Equateur et Afrique espagnole.

Les expéditions de cigarettes se sont élevées à 15,643,275 ballots, relativement à 3,814,199 en 1905.

Des droits d'importation favorables en Colombie—un grand marché pour les cigarettes—ont eu un effet important sur le commerce. Les exportations aux pays suivants: Mexique, Chili, Antilles hollandaises, Canaries, Vénézuéla, Antilles anglaises, États-Unis, Pérou, Angleterre, Costa Rica, Panama et Gibraltar, ont aussi augmenté notablement. De nouveaux marchés ont été établis à la Trinité, en Egypte, dans des contrées de l'Asie, en Australie, au Japon, dans les Indes anglaises et à Guayaquil; les ventes sur ces marchés se montent à 36,360 ballots, tandis que les îles Auckland, la Roumanie, l'Afrique anglaise et le Danemark n'ont pas importé de cigarettes de Cuba en 1906, bien qu'en 1905 ces pays en aient reçu 50,822 ballots.

Du tabac haché a été exporté aux États-Unis, en Colombie, en France, en Angleterre, au Chili et dans l'Afrique française pour un poids de 372,372 livres contre 262,541 livres en 1905; c'est un gain

de 109,830 livres. Parmi les nouveaux pays importateurs, figurent: la Bolivie, Panama, diverses sections d'Afrique, le Mexique, Salvador et l'Equateur, avec un total de 3,070 ballots.

Les districts producteurs de tabac de la république cubaine ont fourni 286,288 balles en 1906, contre 473,617 en 1905, en diminution de 187,239 balles; dont 130,315 pour Vuelta Abajo, 13,818 pour Semi-Vuelta, 32,147 pour Villas ou Remedios et 15,016 pour Partidos.

La production des districts suivants a été en augmentation en 1906; Santiago du Cuba, 2,755 balles; Puerto Principe, 961 et Matangas, 251.

La valeur du tabac exporté en 1906 est donnée dans le tableau suivant:

Tabac en feuilles; 277,426 balles à \$70 chaque . .	\$19,419,820.00
Cigares: 256,738,029, à \$65 le mille	16,688,571.88
Cigarettes: 15,643,275 ballots à \$25 par mille. .	391,081.87
Tabac haché, 169,260 kilogrammes à \$1.20. . . .	203,112.00
Total.	\$36,702,585.75

La valeur du tabac exporté, l'année précédente, était de \$29,415,931.16; l'augmentation en 1906 est donc de \$7,286,624.59.

La valeur du tabac manufacturé consommé pendant l'année sous revue est de \$12,334,154.72. Ajoutant cette somme

à la valeur du tabac exporté, on obtient le total de \$49,036,740.47, qui, comparé à la valeur du tabac exporté et du tabac consommé en 1905, valeur s'élevant à \$42,275,113.42, donne, pour 1906, une augmentation de \$6,761,627.05.

Considérant la valeur du tabac, des cigares et cigarettes et du tabac haché consommé et donné dans les manufactures ou que les voyageurs emportent avec eux, ou que les producteurs consomment sur les plantations, et ajoutant cette valeur à la somme de \$49,036,740.47; la production, l'industrie et le commerce du tabac dans la république de Cuba ont une valeur totale de plus de \$51,000,000.

LES PREMIERS FUMEURS DE CIGARETTES

On croit généralement que c'est à la suite de la guerre de Crimée que les cigarettes furent introduits dans les pays occidentaux. On dit que les officiers anglais qui étaient en Crimée durant, entre autres privations, se passer de cigares et, pour les remplacer, se mirent à fumer la cigarette, dont faisaient un usage si général leurs alliés français et tures. Ils apprirent naturellement à rouler la cigarette et, revenus dans leur pays, en répandirent la mode parmi les dandys civils, qui non seulement adoptèrent la cigarette, mais aus-

Nous pouvons nous Glorifier

de la qualité des cigares produits dans notre manufacture. Nous savons que ce sont **LES** articles *par excellence*. Des années d'expérience ont rendu possible pour nous la production de deux marques qui triomphent dans le monde. Les

Cigares Royal Sport et Hogen-Mogen

se vendent depuis des années toujours en plus grandes quantités. Vous vous demandez pourquoi? C'est à cause de la qualité qui est assurée par nos achats du **meilleur tabac brut** uniquement et par l'emploi d'**ouvriers experts** uniquement.

VENDEZ CES MARQUES POUR RELEVER VOTRE DEPARTEMENT DE CIGARES.

The SHERBROOKE CIGAR Company

SHERBROOKE, Quebec.

si laissèrent pousser leurs moustaches pour suivre l'exemple de ces officiers. Toutefois tout le monde ne pouvait pas arriver à rouler proprement une cigarette entre les doigts et pendant longtemps on ne put se procurer des cigarettes toutes faites, ce qui empêcha beaucoup la nouvelle mode de se répandre. Plusieurs petits instruments pour rouler soi-même des cigarettes furent mis sur le marché, mais aucun n'obtint beaucoup de succès, et quand les cigarettes toutes faites commencèrent à être fournies, ces instruments furent abandonnés, dit "Cigar and Tobacco Journal."

Au début, la confection des cigarettes revenait à 65 cents le mille; le fumeur, bien entendu, payait davantage, ce qui contribua de nouveau à diminuer la consommation des cigarettes. Tout d'abord, les marchands de tabac n'étaient nullement disposés à encourager la vente des cigarettes; mais il devint bientôt évident que la nouvelle mode constituait un article de plus pour le commerce et était une sorte de tentation pour des milliers d'hommes qui n'avaient jamais fumé jusqu'alors. Quand ceci fut bien compris, le moule à cigarettes mécanique prit une forme pratique, et la fabrication des cigarettes revint à quatre ou cinq cents le mille, au lieu de soixante-cinq cents.

Les meilleures de ces machines sont aujourd'hui d'une simplicité et d'une efficacité merveilleuses, et elles fournissent des cigarettes parfaitement faites, à raison de plusieurs centaines par minute. Il n'est pas possible de calculer le nombre de cigarettes fumées en Grande-Bretagne, mais on estime que dix pour cent de la population en fume et que chaque fumeur en consomme cinq par jour en moyenne. Cela donnerait un nombre de 7,000,000 à 8,000,000 de cigarettes par an. Cette proportion de dix pour cent est peut-être un peu forte, mais la moyenne de cinq cigarettes par jour et par fumeur n'est certainement pas trop élevée. Et cependant il semble qu'il n'y ait eu aucune diminution dans la consommation des cigares et du tabac pour la pipe.

LE TABAC ET LA NICOTINE

Jean Nicot introduisit le tabac dans l'Europe continentale et c'est son nom qui a donné naissance au mot nicotine. Depuis l'époque de Nicot, dit le docteur Nalpass, l'usage du tabac a été plus qu'une habitude ou un passe-temps. C'est devenu une passion, une manie, sinon une seconde nature. Il y a tabac et tabac, comme il y a diverses manières de fumer. L'Oriental a coutume de dire que les Européens ne savent pas fumer. Il a peut-être raiso-

son. L'Oriental sait tout ce qui concerne le tabac. Son approvisionnement est prodigieux. Il comprend toutes les variétés de tabac fin, depuis les feuilles les plus fines jusqu'aux mélanges variés de qualités différentes. A certains mélanges, on ajoute des parfums. Pour l'homme qui fume le narghileh, des parfums doux et suaves sont ajoutés en proportion plus ou moins grande au fort "tombekou." Le narghileh, cet objet compliqué, est très hygiénique. Le tabac y est grillé dans un petit fourneau métallique. La fumée passe dans un tube et traverse un second tuyau pour arriver aux lèvres du fumeur."

Après une étude très sérieuse des propriétés et des effets du tabac, le docteur Nalpass dit: "Je conclus que le tabac n'a pas d'effet pernicieux quand on en fait un usage modéré. Fumé comme il doit l'être, il fait que l'homme oublie quelque temps ses ennuis. Mais même les fumeurs habituels devraient éviter de fumer à jeun (à moins qu'ils ne fument en guise d'apéritif) et on ne devrait jamais fumer dans une chambre à coucher. Trois cigares par jour, quatre au plus, ou leur équivalent fumé dans la pipe, devraient être la limite du fumeur habituel. La pipe culottée, si artistiquement soit-elle colorée, est imprégnée de nicotine et n'est pas bonne à fumer. Une pipe colorée n'est bonne qu'à regarder. Le fumeur devrait laisser sa pipe après les premières bouffées. Le cigare devrait être jeté quand on en a fumé à peu près les trois-quarts; de même pour la cigarette. C'est parce que la nicotine, l'alkaloïde contenu dans les feuilles de tabac ne se volatilise qu'à 250 degrés et, comme elle est attirée avec la fumée vers la bouche, quand le feu est près de l'extrémité du cigare ou de la cigarette qui se trouve dans la bouche, il y a danger; la nicotine est sujette à pénétrer dans la bouche.

Les fumeurs expérimentés savent que les premières bouffées de fumée de tabac sont les plus agréables, tandis que les dernières ont un goût âcre. Si elles n'irritent pas la gorge elles font tousser le fumeur. Les Japonais —et ils sont peut-être les seuls à l'avoir fait—ont compris la signification de ces dernières bouffées irritantes et, en fumant, comme dans tout autre acte de la vie, ils prennent des précautions hygiéniques. J'ai eu l'occasion d'étudier leur méthode à bord d'un navire de guerre japonais, où j'avais été invité. Leur tabac est coupé en filaments minces comme des cheveux ou, pour mieux dire, comme de la barbe de maïs. Avec ce tabac fin, le Japonais bourre une pipe excessivement petite et en tire deux bouffées—deux seulement, pas plus.

Ce spectacle m'étonna et, remar-

quant mon étonnement le chirurgien du bord m'expliqua que les Japonais fument de cette manière pour ne pas aspirer la nicotine."

(*Canadian Cigar and Tobacco Journal*).

DISETTE D'ECUME DE MER EN EUROPE

La fin de l'industrie de l'écume de mer en Allemagne semble inévitable, dit le consul américain à Annaberg, dans un rapport au Département du Commerce et du Travail. Cette industrie traverse une crise à laquelle il semble qu'il n'y ait pas de remède, et les fabricants de pipes, fume-cigare, etc., en écume de mer devront quitter les affaires ou se livrer à un autre commerce. Ils ne peuvent se procurer la matière première en quantité suffisante et, pour le peu qu'ils peuvent obtenir, ils doivent payer un prix qui augmente beaucoup. Pendant les trois dernières années, le prix de l'écume de mer a presque doublé; en même temps l'Amérique et l'Angleterre se sont assurées à peu près toute l'écume de mer disponible. Récemment l'Allemagne a reçu une petite consignment de cette matière venant d'Asie Mineure, la première depuis quelque temps. Il s'en est suivi immédiatement une avance de prix d'environ trente pour cent. Presque tous les dépôts connus d'écume de mer sont épuisés; on n'en trouve plus que dans les mines de Eski-Schehir, Asie-Mineure, qui en fournissent très peu. Des agents de manufacturiers américains et anglais se sont assurés le contrôle de cette production entière et les manufacturiers allemands ne peuvent plus compter sur ces mines pour leur fournir la matière première. Depuis quelques mois, le prix de l'écume de mer a haussé de cinquante pour cent. La ville manufacturière de Ruhla, dans la forêt de Thuringe, sera la plus affectée de cet état de choses. Trois mille à quatre mille ouvriers sont employés depuis des années dans cette industrie. La ville de Ruhla produit annuellement une moyenne de 27,000,000 de couvercles de pipes, 19,000,000 d'étuis à pipes, 15,000,000 de tuyaux de pipes, 10,000,000 de bouts d'ambre, 10,000,000 de fourreaux de pipes en porcelaine, avec couvercles, 5,500,000 pipes en imitation d'écume de mer et 540,000 en écume de mer véritable avec bouts en ambre, 5,000,000 de fourreaux de pipes en bois et 15,000,000 de pipes complètes; cette production est évaluée à environ \$1,428,000 par an. Les premières manufactures d'écume de mer furent fondées à Ruhla en 1767. La fin de cette industrie est un coup dont la ville de Ruhla pourra difficilement se relever, presque toute sa population comptant sur ce travail pour vivre.

M. Ledoux, consul à Prague rapporte que l'industrie de l'écume de mer est très importante en Autriche; mais jusqu'à présent, il n'y a pas eu de plainte sérieuse au sujet du manque d'écume de mer brute, bien que l'effet de la rareté de cette matière puisse se faire sentir sérieusement plus tard. La production de l'ambre a, dit-on, considérablement diminué pendant les deux dernières années,

LA CULTURE DU TABAC

MM. Shamel et Cobey, du Département de l'Agriculture, ont fourni un rapport sur la culture du tabac, duquel le journal "United States Tobacco" a tiré l'extrait suivant:

"La production d'un grand nombre de gros surgeons est généralement en rapport avec le développement d'un petit nombre de feuilles épaisses, de couleur sombre et étroites. On explique ceci par le fait que les gros surgeons prennent à la plante les éléments qui leur sont nécessaires pour vivre, éléments qui seraient utilisés autrement pour le développement d'un grand nombre de feuilles larges et arrondies. La possibilité d'obtenir des espèces de tabac ne développant pas de surgeons a été suggérée au cours d'une série d'expériences faites pour améliorer le tabac qui sert à former la robe des cigares.

Dans le choix des pieds de tabac à graine, on a apporté beaucoup de soins à sélectionner le plus grand nombre de feuilles arrondies ayant des veines fines. Au cours de l'étude de la croissance de ces plantes, on a observé qu'un petit nombre de surgeons était produit par les types les plus désirables de plants de tabac. Les observations faites d'une manière continue à ce sujet ont confirmé les conclusions qu'il y a une corrélation entre le nombre, la forme et le caractère des plantes individuellement et le nombre ainsi que la grosseur des surgeons produits par ces plantes.

"Le nombre et la grosseur de ces surgeons constituent une question pratique à plusieurs points de vue. A cause de l'effet nuisible des surgeons, il est nécessaire de les enlever en les cassant. Au cours de cette opération, il y a grand danger de casser, de déchirer ou d'endommager les feuilles, ce qui cause une grande perte aux variétés de tabac à robes de cigares, car la feuille de tabac pour robes de cigares est ainsi abîmée et perd presque toute sa valeur. Un ouvrier peu soigneux cause souvent une grande perte au planteur pendant l'enlèvement des surgeons. Les surgeons ne se développant pas sur toutes les plantes en même temps et par conséquent ne pouvant être enlevés tous ensemble, il est nécessaire de parcourir

la plantation plusieurs fois pendant la saison afin d'enlever ces surgeons.

Les frais nécessités par l'enlèvement des surgeons sont de ceux qui sont importants dans la culture du tabac. Par conséquent, la production de types ne développant pas de surgeons est un problème économique d'une grande importance, non seulement à cause de la réduction des frais de culture, mais aussi parce que les types n'ayant pas de surgeons donnent généralement un rendement plus fort et une qualité meilleure que ceux produisant des surgeons. On a pu produire des types uniformes de variétés diverses de tabac n'ayant que peu de surgeons et de faible grosseur, en mettant à l'abri, au moyen de saes, les plantes de tabac ne portant pas de surgeons. Comme exemple de la possibilité pour les planteurs de tabac de produire de tels types, on peut citer l'expérience faite par un des auteurs de cet article pour améliorer le tabac Connecticut Broadleaf. Pour cette expérience, des plantes ont été choisies en 1903, pour produire de la graine: ces plantes fournissaient des feuilles arrondies, d'une texture fine et soyeuse et peu de surgeons.

La récolte fournie par cette semence n'a donné que peu de surgeons, le produit des diverses plantes variant quelque peu sous ce rapport. On a de

LES CIGARES

EMPORIUM A 10c.

— ET —

MONT PELEE A 5c.

Font leur chemin dans les meilleurs Hôtels et Restaurants. Les Tabacconistes soucieux de leurs intérêts les ont en stock.

Pourquoi ne tiendriez vous pas les deux Meilleurs Cigares pour le Prix? . . .

The Emporium Cigar Co.,
ST-HYACINTHE, QUE.

TELEPHONE BELL MAIN 4581



FABRIQUE PAR

L. N. HADD, 115 Rue St-François-Xavier
MONTREAL.

nouveau sélectionné, parmi les plantes produisant le meilleur genre de feuilles et ayant le plus petit nombre de surgesons de la dimension la plus petite, des plantes ne portant pas surgesons et la semence a été conservée en sacs en 1904; en 1905 on a vu que les produits de ces sélections étaient presque exempts de gros surgesons. Dans une certaine série de plantes, il s'est produit un très petit nombre de surgesons qui n'avaient pas une longueur dépassant quatre pouces. Des plantes provenant de semences ordinaires de la meilleure variété et poussant dans le même champ ont produit beaucoup de gros surgesons et il a été nécessaire, comme d'habitude, de les enlever à plusieurs reprises au cours de la saison. On a émis l'idée qu'en recueillant des graines sur les surgesons, le tabac qui en était produit offrait une plus grande proportion de surgesons; en d'autres termes, la graine de surgesons tend à produire des types de plante portant surgesons. Au cours d'expériences faites avec des plantes provenant de graine obtenue de la fleur centrale, les auteurs ont observé peu ou pas de différence. On a trouvé que les cosses de graines récoltées de cette manière contiennent plus de graines grosses et pesantes que les cosses récoltées sur les surgesons, de sorte que là où la graine n'est pas séparée avec soin, afin d'obtenir une semence lourde pour la plantation, il est préférable de séparer les graines de cosses portées par la fleur centrale de la plante.

Au sujet de la production des variétés précoces, le rapport en question dit qu'elles ont une importance particulière pour les districts du nord produisant du tabac, car la gelée tue les plantes; il est donc nécessaire pour les planteurs du nord de cultiver des variétés qui arriveront à maturation dans l'intervalle de temps qui s'écoule entre les dernières gelées du printemps et les premières gelées d'automne. Un autre fait important sous ce rapport, c'est que les variétés arrivant tard à maturation ont des chances d'être endommagées par les orages d'automne. Plus tôt on fait la récolte du tabac, moins il y a de probabilités que cette récolte soit endommagée. Des expériences ont démontré qu'il est possible pour les planteurs de tabac de hâter l'époque de la maturité. On peut obtenir ce résultat en étudiant soigneusement la croissance des plantes, en faisant une sélection des plantes les meilleures et les plus précoces et en prenant toutes les précautions pour éviter un croisement de races. La production des variétés précoces demande plusieurs années de sélection systématique et doit être accompagnée par une étude attentive de la qualité et du caractère du produit de

ces types précoces. La limitation pratique de la précocité, c'est-à-dire le procédé qui consiste à raccourcir la période de maturité dépend de l'effet qu'un tel changement peut avoir sur la qualité et le rendement des variétés précoces.

Les auteurs, pensant qu'ils pouvaient produire des variétés de tabac brûlant mieux, se sont efforcés au cours des trois dernières années de produire des variétés de tabac à robes de cigares pouvant brûler mieux et plus uniformément. Ils prétendent que des progrès suffisants ont été faits pour montrer clairement que la manière variée dont brûle le tabac de plantes diverses n'est pas due absolument à des conditions favorables ou défavorables du sol, aux variations d'espèces et de quantité d'engrais ou aux méthodes de fermentation, mais que la plante possède un caractère inné qui a une relation marquée avec la manière dont les feuilles brûlent. Ils disent aussi qu'il est peu intéressant de savoir la raison exacte de cette variation qui ne peut être expliquée que par une différence de sol ou de traitement dans la culture; mais on ne peut la comprendre qu'en admettant qu'il y a des différences naturelles entre les plantes diverses. Ils ont prouvé indubitablement que ce caractère inné existe et est héréditaire. D'après eux, il a été possible de produire, au moyen d'une sélection soignée, du tabac pouvant brûler beaucoup mieux, sans apporter aucun changement au sol ou à la méthode de le traiter. Des plants de tabac de Sumatra ont été produits; ce tabac brûle d'une manière absolument satisfaisante, sans charbonner. A cet endroit du rapport, il est fait une description minutieuse d'un appareil pour éprouver la manière dont brûlent les cigares. Le rapport se termine en disant qu'on ne peut obtenir de tabac brûlant uniformément qu'en empêchant les graines des plantes produisant du tabac brûlant bien d'être fertilisées par croisement.

Parlant de la sélection des plantes à ensemencement, le rapport dit ce qui suit :

"L'amélioration des variétés de tabac par sélection dépend des caractères des plantes qu'on a mises de côté pour la production de la graine. On ne peut pas trop appuyer sur la nécessité des soins qu'il faut apporter à la sélection des plantes à graines. L'histoire de la production des variétés de tabac précieuses pour sélection de graines est une preuve suffisante de l'importance de cette question. La détérioration des variétés établies là où on n'a pas suivi avec soin les sélections des graines et la condition financière déplorable des planteurs de ces tabacs inférieurs sont des arguments supplémentaires pour

qu'on adopte les méthodes les plus perfectionnées de choix des graines. Etant donné que d'autres améliorations dans la qualité du tabac signifient un profit supplémentaire marqué pour les planteurs et les manufacturiers, l'attention accordée au choix des graines est une question qui a une importance financière aussi bien qu'un intérêt scientifique.

Le développement de moyens tout-à-fait spéciaux pour la manufacture du tabac et la demande croissante pour les produits manufacturés sont des raisons importantes pour qu'on accorde la plus grande importance au choix des graines comme moyen de produire du tabac convenant à la manufacture de variétés spéciales. En réalité, un examen des conditions dans lesquelles se trouvent les planteurs de tabac dans diverses sections montre que, dans les régions où des essais systématiques ont été faits pour produire un type de tabac adopté au marché spécial, la prospérité des planteurs de tabac est beaucoup plus grande que là où aucune attention n'est apportée à l'amélioration de la récolte. On peut dire en toute sécurité que le planteur de tabac d'aujourd'hui et celui de l'avenir doivent se tenir à la hauteur de la demande du marché ou cesser les affaires. Grâce à la prospérité générale et à la richesse des Etats-Unis, les consommateurs de tabac demandent constamment une qualité meilleure; cette demande, si le producteur en profite, signifie plus grands profits et prix meilleurs pour les récoltes spéciales.

La pratique qui a cours dans beaucoup de régions productrices de tabac pour la sélection de graines consiste à grouper une douzaine de plantes, plus ou moins suivant l'étendue de la plantation, dans quelque coin ou section du champ, où ces plantes généreront le moins la culture. Une visite à une région quelconque productrice de tabac des Etats-Unis, peu de temps après que la récolte a été faite, fera voir ces plantes qui ont été laissées pour produire de la graine.

"Les meilleurs planteurs ont l'habitude de mettre de côté des portions de un ou de deux rangs produisant les meilleures plantes. Dans certains cas les plantes les plus médiocres ont été étêtées. Les auteurs ont vu que les meilleures plantes ne poussent pas en groupes, mais dans différentes parties de la plantation et on ne peut les trouver que par une recherche diligente et une observation attentive de la récolte, plante par plante, à partir du moment où les pieds de tabac ont été espacés les uns des autres et ont été étêtés. Le rapport déclare qu'il est incorrect de dire qu'un changement de graine bénéficie. Un changement est toujours

une affaire d'expérience et ne devrait être fait qu'après avoir essayé avec soin la graine pendant plusieurs années et après avoir obtenu par sélection une graine convenable pour le terrain local et pour les conditions climatiques. L'expérience des meilleurs planteurs et des savants tend à prouver que la meilleure ligne de conduite à tenir pour le planteur est de mettre de côté la graine provenant des meilleures plantes de sa culture."

Pour terminer cette partie du rapport, les experts disent :

"Pour les variétés de tabac pour intérieur de cigares, tabac à fumer, etc., on ne peut faire une intelligente sélection qu'en étudiant les feuilles séchées et fermentées. Dans ce cas, il est nécessaire de séparer plusieurs fois le nombre de plantes qui sera nécessaire pour produire des graines, plantes qui portent les caractères physiques généraux désirés. Les feuilles de ces plantes doivent être préparées et tenues séparément, étiquetées d'une manière convenable, suspendues dans le séchoir avec le reste de la récolte, de manière à ce que des conditions normales de séchage leur soient appliquées. Elles devront subir en outre les procédés de fermentation avec tout le reste de la récolte. Quand la fermentation est terminée, les échantillons provenant de diverses plantes peuvent être éprouvés, la graine provenant des plantes médiocres rejetée et celle provenant des meilleures plantes mise de côté pour la semence. Dans l'étude des échantillons fournis par les plantes à graines, il est absolument nécessaire que ces graines soient soumises toutes à des conditions uniformes d'humidité, de chaleur et autres affectant le caractère des feuilles, avant que les expériences soient faites. Les derniers essais doivent toujours être confirmés par l'emploi du tabac sous forme de cigares, dans la pipe, ou par tout autre moyen de consommation auquel le tabac convient.

LE TABAC EST PROPHYLACTIQUE

Le tabac a une vertu autre que celle d'un simple passe-temps pour le fumeur; ce fait a été démontré au cours d'un voyage fait autour du monde par le duc et la duchesse de Connaught et leur fille, la princesse Patricia. En Chine, ils visitèrent Canton, où il y avait une épidémie de petite variole et, pour éviter d'être contaminées, les dames fumèrent sans cesser des cigarettes et le duc eut constamment un cigare à la bouche pendant leur séjour dans cette ville. Le danger était réel, car on permettait aux personnes atteintes de la maladie de se mêler librement à la foule.

EXPORTATION DES CIGARES DE LA HAVANE

Les chiffres suivants tirés des rapports officiels de la douane cubaine indiquent le nombre de cigares expédiés du port de la Havane dans tous les pays pendant la première partie du mois d'avril, dit "Tobacco", et montrent une diminution de production de près de 19,000,000 de cigares depuis le 1er janvier, comparativement à la période correspondante de l'année dernière.

Etats-Unis.	1,585,903
Angleterre.	1,445,900
France.	581,450
Allemagne.	518,037
Canada.	319,000
Chili.	284,731
Australie.	141,022
Autriche.	59,000
Panama.	51,500
République Argentine. . .	41,750
Mexique.	32,325
Equateur.	26,550
Belgique.	24,925
Pérou.	18,600
Gibraltar.	15,000
Afrique Anglaise.	15,000
Iles Canaries.	14,650
Hollande.	12,000
Russie.	12,000
Indes Anglaises.	11,500
Espagne.	9,406
Suisse.	9,000
Uruguay.	6,000
Portugal.	5,750
Japon.	2,000
Indes hollandaises. . . .	400
Total.	5,243,299
Depuis le 1er janv. 1907	48,233,014
Total du 1er janv. 1907	
au 15 avril.	53,476,313
Période correspondante	
en 1906.	72,016,809
Diminution.	18,540,496

PERSONNEL

M. L. J. Bastien, qui a voyagé longtemps pour la American Tobacco Company of Canada, Limited, dans le comté de Gaspé et la partie est de la province de Québec, a été nommé directeur gérant de la George E. Amyot Brewing Co., Limited, de Québec.

M. Bastien s'occupera maintenant de la bière "Fox Head" et de bières d'autres marques. Il manquera à ses nombreux amis, ses compagnons de voyage dans la ligne du tabac.

M. Bastien est le beau-frère de M. O. S. Perrault, secrétaire de la American Tobacco Company of Canada.

La qualité est ce que l'on recherche dans un cigare. Les cigares Hogen-Mogen à 5c. et Royal Sport à 10c. ne laissent rien à désirer sous ce rapport, car la Sherbrooke Cigar Co., Sherbrooke, Qué. qui

les manufacture, n'en confie leur fabrication qu'à des ouvriers experts qui ne se servent que du meilleur tabac. Ces deux articles sont les marchandises par excellence pour rehausser le stock de tout marchand de cigares.

Nous recommandons tout spécialement à nos lecteurs le cigare de la marque "El Sargeant"; cette marque, en effet, a remporté une médaille d'or à l'exposition universelle de Paris, en 1900. C'est ce qui prouve bien que la qualité du cigare "El Sargeant" est aussi bonne que celle de cigares de toute autre marque sur le marché. Ce cigare est un produit de la maison Jos. Côté, de Québec, qui a une réputation bien établie, car M. Jos. Côté n'a rien épargné pour créer cette réputation et fait tout en son pouvoir pour la maintenir. Les produits de cette maison méritent donc la confiance des marchands et des consommateurs.

Mettez en stock des cigares de bonne qualité, vos clients vous en sauront gré. Parmi les cigares à 10c, il en est un qui satisfait les fumeurs difficiles: c'est le cigare Emporium, fabriqué par The Emporium Cigar Co., St-Hyacinthe, Qué. Les fumeurs reviennent au magasin qui leur vend le cigare Emporium.

M. L. N. Hadd, nous confirme la situation satisfaisante du commerce des cigares et tabacs, qu'il nous signalaient le mois dernier.

Les prix des tabacs sont fermes.

Les spécialités de la maison: le cigare Liberty, le Roméo et Juliette, et le Papa sont toujours en très bonne demande.

L'American Tobacco Co. of Canada, a maintenant quitté ses locaux de la rue Côté pour transporter ses entrepôts et bureaux dans le vaste bâtiment qui vient d'être érigé rue St-Antoine, à l'angle de la rue Irène.

Cette énorme structure en ciment armé est construite d'après les données les plus modernes, et l'on peut juger par le sens pratique qui a présidé à l'arrangement des offices, des exceptionnelles commodités qu'offre ce nouveau Home du "Sweet Capital."

LES QUALITES DES VENDEURS

Certaines personnes semblent croire qu'un bon vendeur est celui qui peut décevoir, mystifier, tromper l'acheteur; en dehors de la question de moralité et considéré uniquement au point de vue du gain, cela peut être vrai quand le genre d'affaires est tel que le vendeur n'espère pas rencontrer de nouveau la même personne ou lui faire une deuxième vente. Nous prétendons toutefois, qu'une entreprise conduite de cette manière n'est pas digne d'être élevée au rang d'entreprise commerciale, dit un de nos confrères: ce n'est ni plus ni moins qu'une escroquerie.

Nous maintenons que, dans un commerce ordinaire, il n'est pas de bonne politique pour les vendeurs de pratiquer la moindre déception; une des premières choses que nous exigeons de nos vendeurs, c'est qu'ils traitent nos clients avec une honnêteté, une franchise, une loyauté absolues. Nous pensons que la valeur de ces qualités pour un vendeur ressort de toutes ses actions et, quand chacune de ses paroles en est empreinte, ces qualités ne peuvent pas être trop estimées.

Chaque acheteur, croyons-nous, est désireux de traiter avec une maison qui lui fournisse de bonnes marchandises à des prix honnêtes, qui ait des stocks en variété et en quantité suffisantes pour fournir à ses besoins sans délai et où il puisse toujours obtenir la même ligne de marchandises.

C'est un grand soulagement pour un acheteur quand il trouve une telle maison de commerce; il devrait se rendre compte immédiatement qu'il est de son intérêt de faire tous ses achats dans cette maison; il est en effet si occupé en général par les autres parties de son travail qu'il ne peut pas distraire une partie de son temps à chercher s'il a été fraudé sur la qualité ou les prix des marchandises.

Nous savons par expérience qu'il est très satisfaisant, quand on fait un achat, de sentir qu'on a affaire à une maison jouissant d'une telle réputation. En réalité, nous nous sommes imposé comme règle de ne commercer qu'avec des maisons de cette sorte.

Pour qu'une maison de commerce acquière et conserve la réputation de faire des transactions loyales, il ne suffit pas que la maison elle-même soit honnête; il faut que la politique adoptée par elle se réfléchisse dans la manière de faire des vendeurs, qui, dans nombre de cas, sont les seules personnes faisant partie de la maison de vente que les commerçants rencontrent jamais. De là l'importance de vendeurs ayant une bonne moralité, qui, en sollicitant des commandes, ne disent rien que leur maison ne puisse endosser. Il est donc évident qu'une maison d'affaires honnête ne peut pas employer des vendeurs manquant de sincérité, car rien ne pourrait lui causer plus de préjudice que l'entremise de tels hommes.

D'autre part, une maison vendant des marchandises inférieures a besoin de vendeurs qui puissent et veuillent mentir suffisamment pour dissimuler cette infériorité sous le manteau de paroles plausibles. Par conséquent, quand on rencontre un vendeur dont les paroles sont toujours correctes, un vendeur qui ne s'abaisse pas à de fausses représentations, on peut être con-

vaincu que la maison pour laquelle il travaille est honnête et digne de confiance; on est alors disposé à traiter avec lui.

Pour qu'un vendeur produise cette impression sur les commerçants, il lui faut quelque chose de plus qu'une simple abstention de mensonge. Il doit s'en tenir à ce qu'il sait être vrai, sans mentir délibérément, ni mélanger des choses imaginées, des opinions et des faits d'une manière qui pourrait décevoir le client ou l'induire en erreur; celui-ci ayant appris qu'il a été trompé, achètera rarement du même vendeur une autre fois, la maison perdra un client.

Beaucoup de vendeurs sont enclins à répondre négligemment aux questions qui leur sont posées, quelquefois dans l'intention de tromper, mais beaucoup plus souvent probablement dans le but de dissimuler leur ignorance du sujet en question. C'est une pratique qu'il faut sévèrement condamner. Nous préférons de beaucoup que nos vendeurs avouent leur ignorance au client et lui conseillent de nous demander des renseignements, si la chose en vaut la peine. Bien qu'on ne demande pas aux vendeurs de donner aux clients des explications inusitées ou techniques, il est cependant excessivement désirable qu'ils aient une connaissance approfondie des marchandises qu'ils ont en mains, de manière à pouvoir les décrire et répondre aux questions qui leur seront vraisemblablement posées.

Une erreur fréquemment commise par les vendeurs consiste à insister auprès d'un homme occupé pour qu'il lui accorde une audience; cet homme en est ennuyé et ne reçoit pas le vendeur comme il le devrait. Outre le tact que le vendeur doit avoir, il va sans dire qu'il doit être habile et affable.

Les commerçants qui sont depuis longtemps en affaires se rappelleront

qu'autrefois les vendeurs avaient coutume de boire et de se livrer à des orgies avec les clients. A cette époque, certains marchands tenaient des bars dans leurs magasins, d'autres avaient des cruches ou des bouteilles de whisky sous la main pour leurs clients, et on pensait que les vendeurs devaient emmener les clients au dehors et leur offrir à boire, afin de conserver leur clientèle.

Cette coutume a presque totalement disparu aujourd'hui; les affaires se font maintenant plus strictement sur une base de mérite qu'autrefois. Depuis longtemps, nous avons posé comme règle que, si la clientèle d'un homme ne pouvait pas être obtenue sans que nos vendeurs boivent avec lui, il valait mieux nous en passer.

POUR LES VOYAGEURS DE COMMERCE

Ne vous figurez pas que vous êtes en route pour vous amuser—vous êtes en route pour faire des affaires.

Ne jetez pas votre argent par la fenêtre. Souvenez-vous que les années d'abondance sont suivies d'années de disette.

Ne flirtez pas avec les vendeuses des magasins. Vous perdriez ainsi de votre prestige.

N'oubliez pas que vous devez en tout temps vous conduire en gentleman.

N'oubliez pas qu'il est moins cher de voyager en payant d'après le nombre de milles qu'en payant comptant pour chaque destination.

N'oubliez pas de faire enregistrer vos bagages avant de partir.

N'oubliez pas, si vous faites des ventes le matin, d'essayer d'en faire encore l'après-midi; car le lendemain peut ne vous en procurer aucune.

N'oubliez pas d'informer chaque jour votre maison des résultats que vous avez obtenus. Donnez-lui signe de vie.

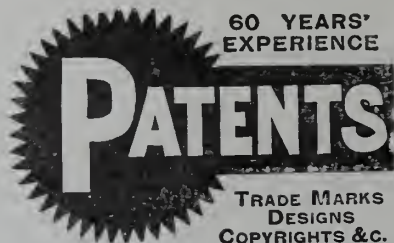
N'oubliez pas de porter du linge propre. Cela fait bon effet et coûte peu.

Parlez un langage correct; cela fait bonne impression sur les clients.

Quand vous envoyez un ordre, faites-le exactement, c'est une pauvre politique que d'enfler les commandes.

N'essayez pas de vendre à l'acheteur plus qu'il ne peut acheter dans votre ligne; ne plaisantez pas avec les personnes avec lesquelles vous n'êtes pas très intimes.

Singapore importe très peu de tabac en feuilles; la plus grande partie des ventes portées sur les cigares, les cigarettes et le tabac à fumer. En 1905, des cigares et cigarettes furent importés des Etats-Unis pour une valeur de \$240,000 et, d'autres pays, pour \$802,000; le tabac importé des Etats-Unis avait une valeur de \$23,500 et celui d'autres pays, une valeur de \$2,270,000.



Anyone sending a sketch and description may quickly ascertain our opinion free whether an invention is probably patentable. Communications strictly confidential. HANDBOOK on Patents sent free. Oldest agency for securing patents. Patents taken through Munn & Co. receive special notice, without charge, in the

Scientific American.

A handsomely illustrated weekly. Largest circulation of any scientific journal. Terms, \$3 a year; four months, \$1. Sold by all newsdealers. MUNN & Co. 361 Broadway, New York. Branch Office, 625 F St., Washington, D. C.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA			Durham —		En tins, ½s....	
Cigarettes.			En sacs, 1/12s, btes 5 lbs..		Pqts, ¼s, btes 6 lbs..	
Par mille			En sacs, 1/6s, btes 5 lbs..		En jares, ½ lb....	
			En drums, 1 lb....		Tabacs Ogden	
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00		Virginity — drums, 1 lb....	1.25	Beeswing —	
Pet, 1/10..	12.00		Unique —		Tins décorées, 1s	1.10
Sweet Caporal, en boîtes de 10....	8.50		Pqts, 1/15s, boîtes 5 lbs..	.65	½ lb. tins, 4 lb. cartoons.	1.15
Athlete, boîtes de 10 ou pqts 10s	8.50		Pqts, 1 lb, boîtes 5 lbs..	.61	¼ lb. tins, 4 lb. cartoons	1.15
Old Judge, en boîtes de 10s..	8.50		Pqts, 1/2 lb., boîtes 5 lbs..	.60	1-8 pcks. 1 lb. cartoons	1.15
Majestic, 20s..	8.25		Lord Stanley — tins, 1/2 lb..	1.05	1-16 pcks. 1 lb. cartoons.	1.25
New Light, [tout tabac] 10s..	8.50		Hand Cut Virginia — tins, 1/4 lb..	1.00	Ogden's Navy Mixture —	
Sub Rosa [tout tabac]	8.50		Duke's Mixture —		1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.	1.20
Derby en pqts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55		Pqts, 1/10 lb, cartoons 2 lb..	.82	Turret Navy Cut —	
Old Gold, 6½ (600) 3.78; 1/10s..	6.30		Perique Mixture —		¼ lb. tins, 5 lb. cartoons.	
Prince, 7, [700] 4.02; 10s..	6.75		En tins, 1 lb. et 1/2 lb....	1.15	Mild	1.35
Sweet Sixteen, pqts, 7s, 4.02; 10s.	5.75		Athlete Smoking Mixture —		Medium	1.22
Murad, Turques, bouts en papier	12.00		1/2 and 1/4 lb. tins....	1.35	Full	1.22
Mogul, Turques, bouts en papier			Pure Perique —		1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
ou en liège	12.00		1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.	1.75	Mild	1.40
Mogul Magnums, bouts en papier.	16.00		St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins &		Medium	1.26
Ramleh, turques, 1-10, bouts liège			1/10 sacs....	1.20	Full	1.26
ou huilé	17.00		P. X X X —		1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
Dardanelles [Turques] bouts en			1 lb. tins....	.95	Mild	1.50
papier 12.25, en liège ou argent.	12.50		1/2 lb. tins....	1.00	Medium	1.32
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00		1/5 tins....	1.00	Full	1.32
Yildiz Magnums, Bouts en papier,			Handy Cut Plug —		Tabacs américains à fumer	La II
en liège ou en or, 10s. et 100s.	20.00		1/5 pouches, 5 lbs boxes..	.90	Pride of Virginia —	
Guinea Gold..	12.00		1/2 lb. jars..	.90	1-10 lb. tins, 2-12 lb. cartoons	1.30
Otto de Rose, 10s..	12.50		Old Virginia —		Old English Curve Cut —	
Tabacs à cigarettes.	La lb.		1 lb. tins....	.78	1-10 lb. tins, 2-12 lb. cartoons.	1.32
B. C. No 1, pqts, 1/12, btes 5 lbs..	1.00		1/2 lb. tins....	.80	Bull Durham —	
Puritan, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes....	.72	1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb.	
Athlete, paquets ou boîtes, 1-12,			1 lb. & ½ lb. pcks, 5 lb. boxes..	.72	cartoons..	1.25
boîtes 5 lbs.	1.05		Morning Dew Flake Cut —		Duke's Mixture —	
Derby, en tins, ¼s....	.95		1-10 pcks, 5 lb. boxes..	.82	1-10 bags, 5 lbs. cartoons	1.08
Vanity Fair, pqts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.20		1-6 tins....	1.00	Richmond Gem Curly Cut —	
Sultana, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		½ lb. tins....	.94	1-8 pcks., 5 lbs. cartoons	1.43
" ½ & 1 lb, pqts, btes 5 lbs.	.96		1-5 bags....	.88	1-4 pcks., 2 lbs. cartoons	1.60
Gloria, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		Blue Star —		Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —	
Southern Straight Cut, paquets,			1-12 pcks, 5 lb. boxes..	.83	1 lb. pcks., 5 lb. drums	1.22
1/12s, btes 5 lbs....	.85		Favorite — ½ lb. tins....	.69	Tabacs américains à chiquer plugs	
Old Judge, pqts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.45		Champaign Cut Plug —		Battle Ax — 12 lbs caddies	.86
Sweet Caporal, pqts 1/13s, btes 2			1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80	Piper Heidsieck—10 lbs caddies	1.20
lbs....	1.15		1-5 tins....	1.00	Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.	1.15
Houde's Straight Cut No 1, pqts,			½ lb. tins....	.96	Horseshoe — 12 lbs. caddies	0.99
1/12s, boîtes 5 lbs....	1.00		Khaki —		THE EMPIRE TOBACCO COMPANY	
Dufferin, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		1-5 tins....	1.00	Tabacs à chiquer.	
Le Caporal, pqts, 1/12s, btes 5 lbs	1.00		½ lb. tins..	.96	Bobs, 5s., Cads 21 lbs., 1-2 Cads,	
Harem [Turque], pqts, 1/16s, btes			1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80	12 lbs.	38
5 lbs....	1.35		Red Star —		Bobs, 10s., Butts, 24 lbs, 1-2 Butts,	
Klosk [Turque], paquets, 1/16..	1.92		1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.83	12 lbs.	38
Tabacs coupés à fumer.			Sweet Bouquet —		Bobs Bars, 5 3-5 cuts to the lb.,	
Old Chum —	La lb.		½ lb. tins....	1.25	1-2 Butts, 10 lbs.	38
En tins, 1/6s....	1.00		Maryland —		Currency Bars, 9s., 10 cuts to the	
En tins, ½ lb....	.85		1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.78	lb., Butts, 25 lbs., 1-2 Butts,	
En tins, 1 lb....	.85		¼ lb. tins....	.78	12 1-2 lbs.	38
Pqts, 1/10s. btes 5 lbs....	.85		Gold Star —		Currency Navy, 2 x 4, 5 1-2s. to lb.,	
En sacs, 1/5s., btes 5 lbs.	.88		1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80	1-2 Butts, 11 1-2 lbs.	38
Puritan Cut Plug —			M. P. [Perique Mixture].		Currency Navy, 10s., 1-2 Cads, 12	
Pqts. 1/11s, boîtes 5 lbs..	.85		1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes..	.88	lbs.	38
En tins, ½ et ¼ lbs.	.85		Houde's Celebrated Mixture —		Stag Bars, 5s., Butts, 16 lbs..	38
En tins, 1/5s....	.93		1-8 tins....	1.35	Old Fox, 12s, butts 24 lbs, ½ butts	
En tins, 1 lb..	.83		Gold Crest Mixture —		12 lbs.	48
Full Dress —			¼ & ½ lb. tins....	1.35	Pay Roll, 10½ oz. bars, 5 cuts to	
En tins, 1/5 et 1/2 lbs..	.95		Gold Dust —		the bar, 7½ cuts to lb, butts 20	
Meerscham —			1-10 bags, 5 lb. boxes....	.88	lbs.	56
Pqts, 1/10s, btes 5 lbs..	.82		1-12 bags, 5 lb. boxes....	.90	Pay Roll, 2 x 3, 7 to lb, 22 lbs.	
En tins, 1/2 lb....	.84		A. T. C. Mixture à fumer —		cads & 12 lbs ½ cads.	56
En sacs 1/5 btes 5 lbs	.92		En tins, 1/4 lb.	1.40	Pay Roll, 6½ oz. bars, [thin]. 7½	
Ritchie's Smoking Mixture.			En tins, 1-8 lb.	1.45	spaces to the lb. boxes, 5 lbs..	56
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80		Social Mixture		Moose, 14½ oz. Bars, 5 cuts to bar,	
En tins, 1/4 lb..	.95		Pqts 1-10 btes 5 lbs	.75	5½ cuts to lb., ½ butts, 8 lbs.	40
Ritchie's Cut Plug —			En tins, 1-2 lb.	.75	Tabacs à fumer.	
Pqts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs..	.71		Seal of North Carolina —		Empire, 5s., 10s.	26
Cut Cavendish —			En tins de ½ et ¼ lbs....	1.05	Roschud Bars, 6s., Butts, 20 lbs.,	
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80		En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs....	1.05	Boxes, 5 lbs.	45
			1/12, 1/8 & 1/4s, pqts, btes 5 lbs	.95	Amber, 8s. and 3s....	60
			Old Gold —		Ivy, 1-1-2 x 4, 7s. 17 lbs. butts..	50
			1/12s et 1/8s, pqts, btes 5 lbs..	.95	Ivy, 1-1-2 x 4, 7s, 8 1-2 lbs. 1-2	

Butts	50
Hudson, 8s cads, 20 lbs.	53
Pacific, 8s cads, 20 lbs.	53
Starlight, 1½ x 4, 7s, 8½ lbs., ½ butts	50

THE B. HOUDE CO., LTD., QUEBEC

Cut Smoking Tobaccos

Trappeur —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes	\$.32
1-12 bags, 5 lbs. boxes48
1-2 and 1 lb. pcks.30
Comfort —	
1-8 bags, 5 lbs. boxes32
1-10 bags, 5 lbs. boxes40
1-12 bags 5 lbs boxes48
Casino —	
1-6 pcks. 5 lbs. boxes24
1-2 and 1 lb. pcks.20
O. K. No. 1. —	
1-7 tins to lbs. wooden boxes56
1-6 pcks. 5 lbs. boxes50
O. K. Mixture —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Horse Shoe Solace —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes43
1-2 and 1 lb. pcks.41
1 lb. pck. with pipe inside pcks. . .	.43
1-2 lb. tins43
Gold Block —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-12 and 1-6 bags, 5 lbs. boxes . .	.50
Brown Shag —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.38
Signum Cut Plug —	
1-12 bags, 5 lbs. boxes43
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 lbs. pcks.33
1-7 tins 10 lbs. wooden boxes56
1-2 tins48
Carillon (for Smoking and Chewing).	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
Como —	
1 lb. pck. with pipe inside pcks. . .	.38
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
Lion Brand —	
1-12 (paper bags), 5 lbs. boxes45
Calabresse —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Houde's No. 1 —	
1 lb. pck. with pipe inside pcks. . .	.44
1-6 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.39
Micmac —	
1-10 (paper bags), 5 lbs. boxes30
Houde's Fine Cut —	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Hudson —	
1-12 pcks. 3 lbs. boxes52
1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Golden Leaf —	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes48
1 lb. tins54
1-2 lb. tins58
1-4 lb. tins65
Rainbow —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes70
1-2 lb. tins73
1-4 lb. tins78
1-5 lb. bags, 5 lbs. boxes78
Crema —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes52
Natural Cut Smoking Tobaccos	
Parfum d'Italie —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes43
Mon Ami (Pure Quesnel) —	
1-8 pcks. 3 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.50
Red Cross —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 pcks.40
1-7 bags, 5 lbs. boxes55
Tiger —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes32
Montcalm —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes30

1-4, 1-2 and 1 lb. pcks.	30
Zouave —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes	31
1-2 and 1 lb. pcks.	30
Encore —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes49
1-2 and 1 lb. pcks.38
1-6 bags43
Rouge & Quesnel —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes38
1-5-1-2 and 1 lb. pcks.35
Mon Plaisir —	
1-9 pcks. 2 and 5 lbs. boxes70
Quesnel —	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.40
Houde's Best one Dollar Mixture —	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.80
Gold Cross —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. pck.50
Napoleon —	
1-10 pcks. 4 lbs. boxes49
1-2 and 1 lb. pcks.35
Blue Cross —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
1-2 and 1 lb. pcks.30
Golden Broom —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
1-2 lb. pcks.31
Houde's Sixty cents. —	
1-7 pcks. 5 lbs. boxes50

Cigarette Tobaccos

Rugby —	
1-8 (slide-boxes), 5 lbs. boxes62
1-14 pcks. 5 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.60
Petit Bleu —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. foil pcks.49
L. L. V. —	
1-2 lb. foil pcks.36
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Petit Poucet —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes48
Le Petit Jaune —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Tri Color —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55
Swoboda —	
1-9 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes64
Carlo —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55

Fine Cut Chewing

Chocolate Fine Cut —	
1 lb. tins60

Plug Chewing

Spun Roll —	
1-16 1 lb. boxes60

Natural Pressed Cut

Original —	
1-4 lb. pcks. 5 lbs. boxes60

Sliced Plug Cut

Transfer —	
1-7 (slide boxes), 5 lbs. boxes50

Atlas —	
1-6 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes44

Alice —	
1-7 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes52

Bamboo (Curved Cut.) —	
1-10 tins, 3 lbs. boxes78

CIGARETTES

Pearls —	par 1000
10s with mouth pieces 500 par bte	4.00

Dufferin —	
10s 500 par boîte	4.50

Cadet —	
10s 500 par boîte	4.00

SNUFF

Landry's Light Snuff —	Kegs ou Jars
------------------------	--------------

Rose No. 128
----------------------	-----

Merise28
------------------	-----

Rose extra32
----------------------	-----

Macaba34
------------------	-----

Scotch, (1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)	.46
--	-----

Scotch (in 5 lbs. Jars)48
-----------------------------------	-----

Grand'Mère 1-16 boxes55
---------------------------------	-----

Houde's Dark Snuff —

Natural29
Rose No. 130
Rose & Bean20
Rose Extra32
Merise30
Macaba37
Scotch (in 1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)	.46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares

Le mille

Three Little Champions	
for 5c.	1/10 12.50
Côté's Fine Cherooots.	1/10 15.00
Quebec Queen.	1/20 15.00
V. H. C.	1/20 25.00
My Best.	1/20 25.00
Doctor Faust.	1/20 28.00
Doctor Faust	1/40 30.00
St-Louis [union].	1/20 33.00
Martin [union].	1/20 35.00
Havana Seconds	1/20 35.00
Champlain	1/20 35.00
V. C. [Union].	1/20 36.00
Martha [union].	1/20 55.00
El Sergeant Premium	1/40 55.00
El Sergeant R. V. C.	1/10 \$60.00
J.C. Cl. Havane, Puritanos	1/20 75.00

Tabacs Canadiens en feuilles

Balles de 25 et 50 lbs.

Connecticut B. 25 et 50	1905	0.13	0.14
Grand Havane B 25 et 50	1905	0.13	0.14
Parfum d'Italie A.	1905	0.00	0.30
Belgique	25s. 1905	0.00	0.25
Petit Canadien	1904	0.00	0.25
Petite Plug 1-6	1905	0.10	0.12
Quesnel A. M.	1905	0.00	0.30
Rôle J. C., No 40, 1-4	1905	0.00	0.32
Rouge A.	1905	0.18	0.20
Rouge G.	1900	0.18	0.20
Rouge Quesnel A.	1904	0.00	0.25
Spread Leaf, Rouge	1905	0.15	0.16
S. Nouveau	1905	0.00	0.15
Petit Havane	1905	0.18	0.20
S. Vieux	1904-1905	0.16	0.17

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs.48
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs.	.48
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs.65
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs.60
Quesnel, 1/2, quantité à volonté. . .	.60
Côté's choice mixture, 1/4 tin.75
Côté's choice mixture, 1/2 tin.70
Côté's choice mixture, 1 lb.65

Tabac en poudre: Rose, 32 cts.;	
Rose et Fève, 32 cts; Fève, 32 cts;	
Rose Extra, 34 cts; Râpé, \$1.25; Macca-	
ba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 32 c.	

THE EMPORIUM CIGAR CO., SAINT-

HYACINTHE

Cigares

Le mille

Club House.	1/20 \$20.00
Le Petit Gars.	1/20 22.00
Little Perfectos.	1/20 26.00
El Maska.	1/20 25.00
Red Bluff	1/20 25.00
La Captiva	1/20 25.00
The Good Ones.	1/20 28.00
Our Leader.	1/20 28.00
Peruna	1/20 35.00
Mont-Pelée.	1/20 35.00
Sir George.	1/20 55.00
Representative	1/20 45.00
Emporium.	1/20 55.00
Emporium	1/40 60.00
Our Clear Havana	1/20 55.00
La Pedida	1/20 60.00
El Corso.	1/20 70.00
La Pededa	1/10 90.00
Los Angeles	1/40 100.00

DEMANDEZ LES FAMEUX CIGARES

St-Louis } à 5c
Champlain }
El Sergeant à 10c

JOS. COTÉ

**Importateur et Marchand
de Tabac en Gros**

Bureau et Salle d'Echantillons : = = 188 Rue St-Paul

Entrepot : = = = = 119 Rue St-André

PHONE 1272

Succursale : = = 170 Rue St-Joseph, St-Roch

PHONE 2007

==QUEBEC.==



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumé.

"LANCET"

MONTREAL

VOL. VI



JUILLET 1907

No 7

LIQUEURS ET TABACS

LIQUORS & TOBACCOS

Essayez le Nouveau Cigare

**FORTIER'S
CLEAR
HAVANA**

Fait des Meilleurs Tabacs de la Havane par des Cubains.

MANUFACTURE PAR

J. M. FORTIER, Limite, MONTREAL.

MAISON
FONDÉE en 1827

SCOTCH WHISKY DE ROBERTSON

LA MARQUE
La plus ANCIENNE



SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

JOHN ROBERTSON & SON, Ltd., - Distillateurs à Dundee, Ecosse

BUREAUX AU CANADA:

MONTREAL, 41 rue des Communes
(Bureau Principal)
WINNIPEG, 315 Avenue William
VANCOUVER, coin des rues Richard et Hastings

SEULES AGENCES:

MOET ET CHANDON, Champagnes
J. H. DENIS MOUNIÉ, Cognac
D. GONI FEUERHEERD & Co., Sherries
D. MATT FEUERHEERD & Co., Vins de Port

Gerant Général: HENRY O. WOOTTEN
Gérant à Montréal: GEO. W. DOW
Secrétaire: JAMES SOUTAR

LIQUEURS

LIQUEURS ET TABACS—Revue Mensuelle publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2517, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux États-Unis \$1.00, strictement payable d'avance. France et Union Postal, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arriérés et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit : **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.

Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, JUILLET 1907

No 7

Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal : : :

Incorporée en Juin 1884.

VICTOR LEMAY
Président.
L. A. LAPOINTE
Secrétaire.

DIRECTEURS :
H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARTEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES,
LAWRENCE A. WILSON
L. ETHIER, A. BLONDIN.

Prés. Hon.



JAS. MCCARREY
Vice-Prés.
VICTOR BOUGIE
Trésorier.

AVISEURS :

Maire H. A. ETERS,
M. MARTIN, M. P.
Ech. C. ROBILLARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE,
Ex-Maire
J. M. WILSON,
J. M. FORTIER,

Licensed Victuallers' Association of Montreal : : : :

Incorporated June, 1884.

Aviser Légal : M. J. L. PERRON,
Auditeurs : F. A. CHAGNON et DAN. DAIGNEAULT.

TELEPHONES : { Bell Main 4187,
Des Marchands 621

Bureau : 66 Rue St-Jacques.

AUX MEMBRES

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que, jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association pour l'année 1907, à savoir :

BRASSEURS — BREWERS

MM. Dawes & Co.
" Wm. Dow & Co.
" J. H. & R. Molson, Bros.
Canadian Breweries, Ltd.

Agents de Brasseries—Brewery Agents.

MM. J. W. Moffat, (Labatt's).
" F. Paquette.
" Geo. Sorgius.

Mfrs d'Eaux Gazeuses — Aerated Water Mfrs.

MM. C. Robillard & Cie.
" T. E. Truesdell (Chs. Gurd & Co.)
" J. Christin & Cie.

VINS ET LIQUEURS—WINES & LIQUORS

MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited.
" F. X. St. Charles & Cie.

TO MEMBERS

Sirs,—I have the honor to inform you that up to date the following Business Firms and affiliated members are in good standing with the Association. for the year 1907, viz :

Extraits de Bœuf, etc.—Beef Extracts, etc.

MM. Bovril Limited—Fluid Beef.
" Colonial Fluid Beef.

COMPTABLES-ACCOUNTANTS

MM. Alex. Desmarteau.
" F. X. Bilodeau.

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

MM. Médéric Martin.
" W. R. Webster & Co. (Sherbrooke).
" L. O. Grothé & Cie.
" S. Davis & Sons.
" P. Chaput, (La Champagne).
" V. Forest.

MM. Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd.
 " F. Arpin & Cie, Marieville
 " Meagher Bros. & Co.
 " D. Masson & Cie.
 " J. M. Douglas & Co, (a'ts, John Dewar & Sons, Ltd.)
 " Boivin, Wilson & Cie.
 " Hudon, Hébert & Cie, Ltée.
 " Laporte, Martin & Cie, Ltée.
 " L. Chaput, Fils & Cie.
 " Wm. Farrell, Ltd.
 " N. Quintal & Fils.
 " Gillespies & Co., (Agt., E. W. Parker.)
 " H. O. Wootten, Mgr (J. Robertson & Son, Ltd.)

DISTILLATEUR — DISTILLER

M. H. Corby, Belleville, Ont.

EMBOUTEILLEUR — BOTTLER

M. John Bishop.
 " Thos. Kinsella.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction d'exiger le paiement des contributions de 1907 et des arrérages dus à l'Association. En conséquence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés d'en faire parvenir le montant au Secrétaire aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,

Votre obéissant serviteur,

L. A. LAPOINTE,
Secrétaire.

ASSEMBLEE DU BUREAU DE DIRECTION DE L'ASSOCIATION DES COMMERCANTS LICENCIÉS DE VINS ET LIQUEURS DE LA CITE DE MONTREAL.

L'assemblée du bureau de direction de l'Association a été tenue le 12 juin, sous la présidence de M. Nap. Tremblay, en l'absence du président et du vice-président.

Étaient présents: MM. Victor Bougie, A. J. Ayotte, Jos. Bariteau, et le secrétaire.

M. Lawrence A. Wilson était aussi présent.

Le compte rendu de la dernière assemblée fut lu et approuvé.

Les correspondances suivantes ont été soumises et lues:

De M. L. T. Bernardin, re licence;

De M. B. V. Naylor, re excursion;

De M. A. Brosnan, en réponse à une lettre adressée à l'honorable Aug. Turgeon, trésorier provincial, re clubs;

De L. A. Wilson, re fermeture des bars à certaines heures.

Il a été résolu de rayer de la liste des membres de l'Association les noms suivants:

Dme F. X. Lapierre, Jos. Vachon, Alph. Lalonde, Jos. Gariépy et Emery Larocque, tous décédés.

Il a été également résolu de substituer le nom de J. W. Moffatt à celui de P. L. N. Beaudry, dans la liste des membres.

La démission de Jos. Nantel comme membre est acceptée.

La lettre de M. Lawrence A. Wilson, au sujet de certaines requêtes que l'on fait actuellement signer dans certains quartiers, concernant la fermeture des bars à certaines heures, est prise en considération.

M. Lawrence A. Wilson exprime son opinion à l'effet que, dans l'intérêt du commerce, une contre-requête devrait être passée afin de contrecarrer le but proposé, en exposant les désavantages et le détriment que causeraient les restrictions qu'on veut apporter au commerce.

Après discussion, il est définitivement résolu de référer la question à un sous-comité composé du président, du secré-

DIVERS — MISCELLANEOUS

MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
 " Edouard Biron, Notaire Public.
 " Otto Zepf, Mch. de Bouchons.
 " Consineau, Raymond & Hall, Agts. d'Imm.
 " A. P. Pigeon, Imprimeur.
 " Alfred Richard, Maître Boucher.
 " Thos. Burdett, Pompes à Bière, etc.
 " C. E. Thibault, Ent. Plombier.
 " E. Lafond, Fleuriste.

MARCHANDS — MERCHANTS

MM. Siméon Beaudin, Valleyfield.
 " H. H. Guay, Victoriaville.
 " J. O. Girard, Fraserville.
 " L. Bécigneul, Lac Mégantic.

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

FEES ARE NOW DUE

I have received instruction from the Board of directors to collect the fees of 1907 and arrears due to the Association. Consequently those who have not yet paid are requested to send in the amount to the Secretary, as soon as possible.

I have the honor to be, Sir,

Yours truly,

L. A. LAPOINTE,
Secretary.

taire et du trésorier, avec pouvoir de s'adjoindre d'autres membres pour rédiger cette contre-requête et de faire toutes les démarches et dépenses nécessaires pour faire circuler la contre-requête et obtenir le plus grand nombre de signatures possible.

Plusieurs comptes sont adoptés et la séance est levée.

AVJS

Toute communication de quelque genre que ce soit relative aux divers services de ce journal, doivent être adressées simplement à "Liqueurs et Tabacs", Montréal, et non à des membres de notre personnel. La stricte observance de cette requête évitera des détails et des inconvénients qui autrement seraient inévitables.

LE TEETOTALISME

Nous publions d'autre part une étude sur le Teetotalisme. Cette étude est due à la plume de M. H. L. Feuerheerd, d'O-

LE WHISKY DE DEWAR

se vend plus abondamment que jamais.
On peut l'obtenir de tout marchand de

Gros, Jobber et Détaillant de premier

ordre. Le Whisky qui occupe le pre-
mier rang partout où vous allez!

porto, Portugal. Nous l'avons traduite de l'Anglais pour l'usage de nos lecteurs du commerce des vins et liqueurs.

L'auteur est, comme on le verra à la lecture de son Etude, de religion protestante et s'adresse à ses coreligionnaires de Norvège. Il leur fournit des arguments tirés de l'Ancien Testament pour les aider à lutter contre les teetotalistes Norvégiens et s'attache, en outre, à démontrer que là où le vin et l'alcool sont à bon marché, le vice d'ivrognerie n'est guère à craindre. Plus le vin et l'alcool sont chers, dit l'auteur, plus ils excitent la convoitise des masses.

C'est une étude à lire.

L'HOPITAL NOTRE-DAME

Nous avons reçu le vingt-sixième rapport annuel de l'Hôpital Notre-Dame pour les dix-huit mois ayant pris fin le 31 décembre dernier.

Durant ce temps 3,255 malades ont été admis à l'Hôpital et 35,718 consultations ont été données dans les dispensaires qui ont nécessité à la pharmacie la préparation et la distribution gratuites de 40,597 ordonnances.

L'ambulance de l'Hôpital Notre-Dame n'a pas fait moins de 2,084 courses.

Les dépenses totales ont été de \$63,652.67 avec des recettes totales de \$61,555.76, d'où un déficit de \$2,096.91.

L'Hôpital St-Paul, pour le traitement des contagieux, a eu un déficit de \$18,099.91 pour un an.

Pour la reconstruction complète de l'Hôpital Notre-Dame, il faut encore une somme de \$500,000 et, comme le dit le président, dans son rapport, l'Hôpital ne peut pas toujours recevoir des mêmes mains. Les administrateurs comptent sur la population catholique de Montréal dont le chiffre dépasse à l'heure actuelle 350,000 âmes. Jamais, dit-il, le public, sur lequel nous comptons, n'aura une meilleure occasion de faire une aumône généreuse et profitable.

Les quelques chiffres que nous avons cités plus haut ont leur éloquence, ils montrent quel bien font l'Hôpital Notre-Dame et son annexe, l'Hôpital St-Paul. Aussi souhaitons-nous de tout coeur que l'appel du président soit entendu par les âmes compatissantes et généreuses si nombreuses dans la classe commerciale qui nous lit.

ETUDE DU TEETOTALISME

Par H. L. Feuerheerd, d'Oporto

CHAPITRE I

Erreurs de la bonté humaine

Le Teetotalisme, qu'en Norvège on appelle "Totalisme", représente dans tout le Nord de l'Europe, un mouvement quel-

que peu curieux qui vaut la peine d'être analysé.

Beaucoup de gens qui font usage de vins et de spiritueux jettent le ridicule sur les teetotalistes, sans aller jusqu'au fond de la question, alors qu'on devrait considérer avec respect le bien en vue; aussi, est-il bon d'exposer les moyens en vertu desquels agit cette société de prétendus réformateurs, parce que leurs moyens sont vains et que leurs méthodes ne peuvent jamais mener à l'amélioration de la moralité sociale que toutes les classes de la société désirent tant.

L'objet qu'ont en vue les teetotalistes est engendré par la bonté de coeur et l'amour fraternel; qu'y a-t-il de plus désirable que l'extinction de l'ivrognerie? Ce vice exécrable qui ruine la santé des peuples et souvent met en danger le bien-être de familles entières!

Le but louable des teetotalistes aurait sans nul doute l'appui le plus entier et la sympathie de tous les hommes de bien et de bon sens, si les méthodes qu'ils emploient et le plan de campagne qu'ils poursuivent en vue de la propagande n'étaient pas si foncièrement erronés, mal dirigés et mal dirigeant.

Ces observations s'adressent principalement aux gens aimables et bons dont le but, comme nous le savons tous, est admirable, mais qui jugent le monde "à un faux point-de-vue" et emploient des méthodes qui sont absolument inefficaces et doivent nécessairement ruiner leur propre but.

L'écrivain de ces lignes a fait des questions sociales l'étude de sa vie et il déplore qu'un très grand nombre de gens si bien intentionnés et si désireux d'éviter que les consommateurs de spiritueux deviennent des ivrognes, se fassent une idée si fautive de la nature humaine, qu'ils croient que, par des restrictions d'une nature quelconque, ils peuvent atteindre leur but de bienfaisance.

On abuse de ce qu'on convoite.—Cette sentence s'applique à tout ce qui existe dans le monde et plus particulièrement aux boissons alcooliques. Jetez les yeux sur la Russie, où le revenu principal de l'Etat provient d'une taxe élevée sur le "vodka" et où l'ivrognerie règne; voyez au Danemark, où il existe à peine quelque taxe sur les spiritueux et dont la population est parmi les plus sobres d'Europe.

Pendant qu'on reconsidérerait les droits sur les vins en Grande-Bretagne, il y a quelques années, il a été du devoir de l'écrivain de fournir à quelques membres du gouvernement d'alors en Angleterre des statistiques des condamnations pour ivrognerie, où on mettait en comparaison ces condamnations avec les taxes sur les spiritueux dans les différents pays du Nord de l'Europe.

Il était évident, d'après ces rapports, que le plus grand nombre de cas d'ivro-

gnerie existait dans les pays où la taxe des spiritueux était la plus élevée, alors que dans les pays où les spiritueux étaient exempts de taxe, et par conséquent bon marché, il n'existait aucun cas de vile ivrognerie. Il en est exactement ainsi dans les pays de production du vin; en Espagne, en France, en Portugal et en Italie, où toute boisson est exempte de taxes et où de grandes quantités de vins et de spiritueux sont consommées, mais jamais à l'excès.

L'explication de tous ces faits est des plus simples et la voici: Où prévaut le bon marché, il n'y a pas de convoitise.

Un exemple très frappant en a été vu pendant le siège de Paris en 1870-71, alors que les vins et le cognac dans l'enceinte se sont élevés à des prix fabuleux; voici ce qui eut lieu: la garde municipale, les soldats et les autres défenseurs de la cité étaient, particulièrement la nuit, sur les remparts, dans un état constant d'ébriété. Ainsi, ces hommes qui, autrement étaient sobres, bien connus pour leur modération et même pour leurs principes religieux, ces hommes ne pouvaient résister à la tentation que leur donnait un appétit insatiable pour ce qu'il était difficile d'obtenir même à des prix déraisonnables. Leur paie avait augmentée, mais elle allait tout entière ou presque tout entière à l'eau-de-vie convoitée, avec, pour résultat, une débauche et une ivrognerie incroyables.

L'abus criant du whisky, que nous savons tous exister en Ecosse et en Irlande, est dû principalement aux taxes élevées sur ce "Schnaps" autrement commun. S'il était exempt de droits, et par conséquent bon marché, la population prendrait garde et, sans doute, il s'ensuivrait immédiatement une abstention similaire à celle qui existe actuellement au Danemark.

Il y a cependant en Grande-Bretagne une autre raison qui fait que les spiritueux sont convoités, savoir l'extrême difficulté d'obtenir des autorités des licences pour la vente des liquides alcooliques; de cette façon, il existe une sorte de monopole, naturellement au grand avantage des commerçants, mais au grand désavantage des consommateurs qui sont ainsi portés à la convoitise et à l'abus de la boisson. Les teetotalistes penseront que cela est étrange, mais c'est un fait que l'ivrogne trouve toujours de l'argent pour sa boisson, quelque chère qu'elle soit; les enfants peuvent manquer de tout à la maison, mais le père aura sa boisson. La pire chose, en Angleterre cependant, est que la femme même obtiendra, d'une manière ou d'une autre, de l'argent pour se procurer le gin ou le whisky convoité, tout en négligeant son foyer. Combien différente est la situation dans les pays où les vins et les spiritueux sont bon marché et en consé-

Jules Robin & Cie

COGNAC



LE

COGNAC

Jules Robin & Cie,

a été le leader sur le marché
canadien pendant au-delà d'un
demi-siècle et entend conser-
ver sa position

En vente chez tous les principaux
Négociants en Vins.

JOHN HOPE & CO.,

Agents pour le Canada,

quence consommés avec discrétion et même avec crainte!

Le monde n'est nullement peuplé par une majorité de fous; tous, nous savons ce qui est bon et ce qui est mauvais pour nous; quand quelque chose devient difficile à atteindre et est par conséquent convoité, c'est alors que le sens commun fait place à la tentation et que la fragilité humaine se fait jour et c'est ainsi que l'horrible vice de l'ivrognerie est créé.

Prenez garde, vous, honorables, rudes travailleurs, bons Norvégiens, ne permettez pas à ceux qui vous gouvernent de glisser encore plus loin dans la voie fausse et démoralisante, d'imposer de hauts droits sur votre boisson; ceux qui, parmi vous, sont sensés et d'un caractère trempé peuvent n'en pas souffrir, mais pensez à vos frères plus faibles, à leurs tentations et à leur désir insatiable pour les liquides convoités qui, par l'abus, se changent si rapidement en poison et peuvent ruiner l'avenir de vos proches les plus chers. Faites comprendre à votre Gouvernement et, s'il en est besoin, par l'intermédiaire de vos représentants au Parlement, ce que signifie d'exciter la convoitise pour les spiritueux et les vins au moyen de droits ou de licences élevés; mettez en opposition les résultats pratiques du Danemark et les effets démoralisants dus aux droits en Russie et armez-vous par la propagande contre les idées pernicieuses des restrictions, même avec l'assistance de ces abstinences que les faits peuvent ne pas aveugler, et ne vous donnez pas de repos que vous n'ayez obtenu le commerce libre des liquides enivrants, car c'est là le seul chemin qui conduit à la sobriété. Ce sujet a été traité ici seulement au point de vue social et moral. Des arguments et des exemples à l'infini au point de vue des considérations d'Etat et de l'hygiène, de raison commerciale et de règlement de police pratiques, etc., etc., sont à la disposition de l'écrivain qui s'abstient d'étendre davantage cet exposé, mais qui serait heureux d'employer les dits arguments, si quelque personne professant des opinions contraires l'honorait d'une réponse.

CHAPITRE II.

Le premier chapitre de ce petit travail a été écrit à Christiania, à mon arrivée en Scandinavie, et d'après les impressions alors recueillies parmi les marchands de vin de haute réputation que j'ai visités dans cette charmante et intéressante capitale de la Norvège. Il y en avait qui songeaient comme entièrement possible que leur commerce pût être entièrement annihilé—c'est-à-dire radicalement détruit—par le fanatisme toujours montant de ce petit groupe de teetotalistes qui avait pris de larges proportions et menaçait le commerce de vins et de

spiritueux, avec l'aide des agitateurs politiques et probablement au moyen de cette classe de gens qui veulent faire connaître leur nom n'importe comment et par n'importe quels moyens. Mon premier chapitre, publié en Scandinavie, était, pour ainsi dire, un avant-propos de mes efforts pour montrer l'absurdité de l'agitation du teetotalisme. J'ai traité le sujet uniquement au point de vue social, essayant de montrer que l'appétance pour les boissons ne connaît pas de barrières et devient plus intense et même dangereuse quand on élève ces barrières ou même qu'on les change en une prohibition absolue.

J'espérais alors qu'il se trouverait des gens d'opinion contraire, allant de l'avant pour contredire mes vues dans la presse, mais, jusqu'à présent, le silence le plus complet a prévalu; dans le "Svenska Dagblad" de Stockholm, daté du 18 mars, un aimable interviewer a fait des gorges chaudes de mes opinions sur le sujet, mais, même alors, je n'ai pas été honoré d'une réponse, de sorte qu'il me faut continuer à attaquer la misérable propagande de mes bons teetotalistes à ma propre façon.

Ce chapitre sera consacré à démontrer qu'aucun teetotaliste réel ne peut être un Chrétien réel. Je ne prétends pas un seul instant que le but des teetotalistes n'a rien que de louable, mais comment se fait-il qu'ils condamnent le vin que Notre-Seigneur Jésus-Christ a adopté comme une des choses les plus saintes que Dieu nous ait données, au point même de lui conférer le titre le plus sanctifiant, en lui faisant représenter, comme d'autres le lisent, **Son propre sang**.

Pourquoi alors les teetotalistes désirent-ils que nous fassions exactement le contraire de ce que le Christ nous a enseigné? Il considère le vin comme une des choses les plus splendides sur la terre, et les teetotalistes contredisent tout net cet enseignement et veulent que nous nous abstenions complètement de son usage. N'est-ce pas abjurer la foi Chrétienne? N'est-ce pas un attentat blasphématoire qui tendrait à condamner la Bible?

Prenez garde, vous, hommes et femmes, à la manière dont vous touchez à la Sainte Ecriture qui existe depuis près de deux mille ans et qui a été notre guide et notre soutien! Prenez garde, vous, les militants faussement inspirés, vous, les faux prophètes! Comment osez-vous tenter de rejeter même une parcelle de l'Ecriture Sainte, sans même savoir ce que vous mettez à sa place! Oui, si vous saviez comment mettre un frein à l'abus du vin, tout homme bien pensant serait alors avec vous; mais vous ne savez pas et j'essaie de vous enseigner que l'abstention par force n'est nullement l'abstention pour les masses, qu'il vous faut faire que toute chose con-

voitée soit d'obtention facile et alors il n'y aura pas plus longtemps ni convoitise, ni abus. Mais non, vous abusez indirectement de notre Sainte Bible et de Notre-Seigneur, parce que vous cherchez à faire le bien par vos propres moyens erronés et stupides, les yeux fermés et l'esprit en démence. Il n'y a pas de moyen assez mesquin pour vous, vous allez même jusqu'à cajoler les partis politiques et à coqueter avec eux et jusqu'à demander au parti Libéral Norvégien à tenter d'enlever la liberté du peuple! Et tout ceci, en face de ce que toute personne qui a étudié la nature humaine sait parfaitement bien devoir conduire à un résultat exactement opposé.

J'ai peut-être, dans mon premier chapitre, fait une trop grande part aux bonnes intentions des teetotalistes qui, au début étaient menés, comme nous le savons tous, par une demi-douzaine de vieilles femmes bien pensantes.

Il me faut cependant m'élever avec indignation et protester contre les prosélytes de ces vieilles dames depuis qu'ils se sont réellement lancés dans une campagne stupide contre le vin et, en conséquence, ont touché la pierre angulaire de notre Foi Chrétienne, en nous demandant, non seulement d'aller contre notre propre croyance et notre religion sacrée, mais même de mettre en péril le bien-être général des peuples, comme je m'efforcerai de le démontrer çà et là.

J'ai dit antérieurement qu'il est d'importance capitale, pour le bien-être de la communauté en général, qu'elle soit sobre. Ces femmes bien pensantes qui ont mis le teetotalisme en marche désiraient naturellement laisser derrière elles quelque souvenir de leur amour fraternel au moyen duquel elles pensaient pouvoir conférer une bénédiction perpétuelle à l'humanité. Combien il est étrange que les choses aient tourné dans le sens opposé!

Il faut, je crois, qu'elles aient été quelque peu vives et, semblables à beaucoup de vieilles filles, profondément induites en erreur en ce qui concerne le progrès pratique du monde. Autrement, elles n'auraient pas ainsi mené leur prétendue Guerre Sacrée, de manière à en faire une guerre contre la Sainte Bible. Elles ne pourraient même pas donner l'excuse qu'elles sont Israélites "de facto" ou de cœur, puisque l'Ancien Testament dément profondément leur théorie dans nombre de ses parties (voyez Notes à la fin).

Quoiqu'il en soit, nous avons à traiter de faits, et les faits sont que le cri de guerre contre le vin est uniment anti-Chrétien.

Il reste à traiter du cri de guerre contre les spiritueux. Il semblerait ici, à première vue, que ma cause contre les vieilles dames n'est pas aussi forte, tandis, qu'en réalité, elle l'est même davan-

OTTO ZEPF, Gérant.

FREYSENG CORK COMPANY,

LIMITED.

Coupés
à la Machine

BOUCHONS

Coupés
à la Main.

Nous réparons les Tire-bouchons de tout genre.
Confiez-nous vos réparations.
Nos prix sont modérés.

655-661, RUE ST-PAUL,
MONTREAL, QUE.

TELEPHONE BELL: MAIN-844.



BISQUIT

"Old Liqueur"

(20 ANS D'AGE)

— ET —

"Une Etoile"

BRANDY DE PUR RAISIN

Méfiez-vous des Substitutions.

Exportés par

Bisquit, Dubouché & Co.,

JARNAC — COGNAC

ETABLIS EN 1819.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA:
WALTER R. WONHAM & SONS,
MONTREAL.



tage. L'appétance pour la boisson forte est plus grande et plus développée parmi la masse que parmi les buveurs de vin et, en conséquence, il devient absolument clair, pour ceux qui ont étudié la vie sociale sous tous ses aspects, que la masse ne sera pas satisfaite si, éventuellement, on la prive par des lois suspensives ou restrictives de ce qu'elle demande et chérit. Il est presque inévitable que le peuple se soulèvera contre ses oppresseurs; je tenterai dans un prochain chapitre de traiter de ce danger possible, me contentant de dire ici que la provocation aux conflits est une chose anti-Chrétienne au premier degré.

CHAPITRE III.

Au point de vue hygiénique, je n'hésite pas à affirmer que ce serait une erreur fatale que d'abolir le vin et les spiritueux. J'emploie le mot "fatal" à dessein, parce que l'usage des liquides alcooliques est devenu une nécessité de l'existence; notre état de dépression a clairement démontré qu'il nous faut des stimulants de quelque sorte pour conserver notre vigueur. Je pourrais citer beaucoup d'exemples, d'après l'histoire, en vertu desquels les hommes soumis à une grande tension d'esprit ou de corps s'adonnaient, pour surmonter l'effort, à l'ingestion de grandes quantités de vin; qu'il suffise cependant de citer un seul exemple: celui de Martin Luther. Protes-tants, nous savons tous combien notre vénéré Luther appréciait son vin; qui sait si l'encrier lancé à la tête d'un démon imaginaire n'a pas eu quelque chose à faire avec la véritable dépression produite par un surmenage qui demandait une plus grande quantité de vin, ou s'il n'a pas été induit à en prendre trop afin de conserver sa force pour la grosse entreprise de la traduction de la Bible à notre profit, oeuvre à laquelle il travaillait alors.

Mais il y a davantage à dire quant à l'hygiène. Les spiritueux, et plus particulièrement les vins, sont de puissants antiseptiques; il est très probable que la prolongation de la vie moyenne de la présente génération comparée à celle des deux derniers siècles est due à une plus grande consommation d'antiseptiques, non seulement à l'extérieur, par suite d'une plus grande salubrité de nos demeures, mais également à l'intérieur.

La production des vins et spiritueux s'est accrue dans une plus grande proportion que l'augmentation de la population.

La longévité des Chrétiens a augmenté et est beaucoup plus grande que la longévité des peuples de Chine, de Turquie, etc., c'est-à-dire de ceux qui ne boivent pas de liquides alcooliques. Evidemment, nous perdons quelques-uns de nos frères par l'abus des spiritueux, mais, malgré cela, notre longévité moyenne a augmen-

té. Abolissons donc toute restriction, comme il a été dit dans le premier chapitre et bientôt nous serons un peuple sobre.

L'utilité du vin comme préservatif de la santé n'est pas aussi bien compris qu'il devrait l'être. Je vais m'efforcer de l'expliquer.

Non seulement le vin provoque, quand nous le prenons avec notre repas, une bonne digestion, mais il corrige par lui-même toute mauvaise fermentation qui pourrait être produite dans notre estomac par quelque aliment décomposé comme, par exemple, un oeuf mauvais ou un morceau de viande ou de poisson qui ne serait pas absolument frais; un antiseptique tel que le vin arrêterait immédiatement cette fermentation et, par conséquent, empêcherait des dérangements tels qu'une diarrhée, une fièvre gastrique ou typhoïde, etc.

Une preuve vraiment pratique peut en être trouvée en Espagne et au Portugal où l'aliment principal, en dehors des légumes et du pain, est le poisson salé, non seulement la morue de Norvège et de Terre-Neuve, mais d'immenses quantités de sardines salées sur les côtes ensoleillées de l'Atlantique et de la Méditerranée, qui toutes sont plus ou moins imprégnées de matières putrides. Cependant, la population boit invariablement en quantité les vins du pays, en consommant sa nourriture et, en conséquence, les cas de fièvre putride ou typhoïde sont extrêmement rares. Il n'en a pas été ainsi pendant la période de la maladie du vin (*Oidium tuckeri*) entre les années 1852 et 1857, et quand le vin était rare et cher; la santé du peuple alors était mauvaise et le taux de la mortalité très élevé. Là, les gens savent tout ce qui en est à ce sujet; c'est pourquoi ils prennent une petite goutte de brandy avant le repas, ce qu'ils font même le matin, avant de déjeuner, et qu'ils appellent "tuer le ver" (*matar o bixo*.)

Au risque d'être ennuyeux, je vais donner un exemple de ma propre expérience. Pendant les récoltes de 1866 à 1875, une maladie a prévalu parmi les gens qui travaillaient dans les vignobles du Douro; cette maladie était de forme gastrique combinée avec la fièvre intermittente. Très souvent, elle était fatale. Je connaissais un remède que m'avait légué mon père et, grâce à lui, j'ai sauvé l'existence de beaucoup de gens. Le voici: aussitôt qu'une personne tombait malade et qu'elle était prise de frissons, je la faisais mettre au lit et lui administrais un grand verre de vin, du vieux vin sec de Porto, très chaud; un second, une demi-heure après et un troisième, après le même espace de temps. En règle générale, le patient n'avait pas besoin de la troisième dose, parce qu'après la seconde, il se produisait une abondante transpiration et sa vie était sauvée.

Au point de vue médical, il est clair que le vin, particulièrement le champagne, le vieux vin de Porto, le brandy ou même le whisky est un remède important pour la guérison du mal; la vie d'un de mes amis de Stockholm a été sauvée eu lui faisant absorber de grandes quantités de champagne pendant qu'il souffrait, après une opération dangereuse, de caillots de sang qui pénétraient le coeur et les poumons.

Je n'ai pas le moindre doute que la plus grande longévité actuelle est due en grande partie à ce que nos docteurs administrent avec soin le vin et les spiritueux à leurs malades. Cette bienfaisante administration semble avoir été ignorée de leurs ancêtres. Parmi un grand nombre d'exemples, je puis citer celui du roi Alphonse d'Espagne, dont la vie a été sauvée, il y a six à huit ans, par l'administration heureuse de grandes doses de vieux vin de sherry.

J'ai déjà insisté sur ce point que la modération, si essentielle en toutes choses, devrait être pratiquée dans la consommation du vin et des spiritueux et qu'on ne peut arriver à la modération que par le bon marché, comme l'indiquent les exemples tirés du Danemark et des pays producteurs de vin. Toutefois, la modération n'est pas toujours pratiquée en mangeant; le glouton est probablement autant son propre ennemi que l'ivrogne. A un point de vue médical, il serait, en vérité, intéressant si un savant pouvait répondre à la question de savoir, s'il est plus dommageable à la santé de boire trop ou de manger trop et aussi si une personne qui mange trop n'est pas souvent sauvée d'indigestion en buvant du vin pendant ou après son repas. Un des plus grands maux de l'époque actuelle est le secret abus de la goutte; on consomme de cette manière des drogues qui sont de véritables poisons, souvent sous la forme de liqueurs qui sont aromatisées avec des herbes vénéneuses et qui se vendent six pence le petit verre, dont la valeur intrinsèque peut être d'un sou.

C'est la même histoire que l'appétance pour le gin et le whisky avec un droit imposé par le gouvernement, de 10 fois supérieur à leur valeur intrinsèque.

Je ne terminerai pas ce chapitre sans citer la première épître de Saint Paul à Timothée; au chapitre 5, verset 23, il dit: "Ne bois pas d'eau plus longtemps, mais prends un peu de vin pour le salut de ton estomac et de tes infirmités répétées".

.. CHAPITRE IV.

A la fin de mon second chapitre, j'ai affirmé qu'il est anti-Chrétien de provoquer des conflits. Me sera-t-il permis maintenant de dire qu'il peut être aussi extrêmement dangereux d'intervenir dans la liberté du peuple, plus particulière-



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.

“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR
HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.
WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS :
LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS : WALTER R. WONHAM & SONS
6 RUE ST-SACRAMENT, MONTREAL.

ment si une telle intervention s'applique à un article aussi convoité que la bière? Des lois telles que celles maintenant projetées dans les Etats du Nord et en Finlande, lois qui menacent même d'abolir complètement la vente des spiritueux et du vin peuvent conduire à des soulèvements ressemblant à une révolution et peuvent amener des conflits et des effusions de sang, plus particulièrement si les promoteurs de ces restrictions font entrer les factions politiques dans leur campagne impie.

Actuellement (mars 1907), c'est ce qui a déjà été fait jusqu'à un certain point en Norvège, où, si je comprends bien, un grand nombre de membres du Parlement ont été enrôlés par les teetotalistes. Dieu seul sait ce qui peut en résulter.

Ma propre conviction est que le bon sens commun prévaudra; cependant, il est bon d'analyser de telles questions. Une des propositions semble être que chaque négociant en vins devra payer annuellement mille kronen (\$275) pour obtenir un permis ou licence de vendre quelque liquide alcoolique que ce soit; naturellement, une telle mesure évincerait tous les petits commerçants du pays entier, avec ce résultat de réduire le commerce de vins, de surélever les prix, de provoquer partout la formation de bandes de contrebandiers et de créer une confusion sans fin dans le commerce d'exportation le plus important de la Norvège: celui de la morue.

L'Espagne et le Portugal dénonceraient immédiatement leur traité de commerce avec la Norvège et élèveraient le droit sur la morue, à un point tel que le commerce entre l'Espagne et la Norvège serait arrêté et que le principal commerce d'exportation de la Norvège serait des plus sérieusement compromis. Aucun membre du Parlement Norvégien ne devrait embrasser une politique qui conduirait à un résultat aussi lamentable! La faction politique qui, en Norvège, est actuellement en frais de coquetterie avec les teetotalistes et qui est graduellement attirée dans leurs rangs, touche en réalité à un fer très chaud. En supposant que les idées des teetotalistes prévaillent et que des restrictions radicales ou l'abolition soient présentées, est-ce que les classes laborieuses, déjà inclinées vers le socialisme, ne se lèveraient pas comme un seul homme pour terrasser leurs oppresseurs? Si l'existence d'un seul individu est supprimée dans un tel soulèvement, j'ai prouvé mon point, c'est-à-dire que la guerre du teetotalisme est une guerre impie.

Je suis parfaitement au courant de l'existence d'une Association de travailleurs en Suède qui tendrait à promouvoir les idées restrictives des teetotalistes, mais je sais aussi que le nombre de ses membres est limité et qu'ils ne sont pas aussi unis qu'ils sembleraient l'être, et je sais

également que toute l'organisation est due à des influences politiques. Quand on en viendra au règlement des comptes, le règlement pourra être terrible. Toutefois, qu'on me pardonne mes remarques, si je dis que l'histoire se répète sans cesse: le résultat des restrictions et de l'oppression envers les libertés du peuple est écrit dans le sang de centaines de mille hommes et scellé par les couronnes de plus d'un trône déchu.

J'ai terminé ma modeste entreprise: il me reste seulement à en appeler à mes lecteurs en leur demandant d'user de leur propre jugement, à être calmes dans la controverse et de prier quiconque aurait des vues contraires de se servir de sa plume pour me contredire, de manière à me permettre de pousser encore plus loin la question en jeu pour l'éducation des législateurs et le bien-être du peuple, non seulement de celui de Scandinavie, mais aussi de celui des autres pays où le teetotalisme essaie de poursuivre son oeuvre stupide.

POSTSCRIPTUM.

Plusieurs, parmi les anciens, étaient d'opinion que le vin n'a pas été en usage avant le déluge et que Noé a été le premier à en boire.

Si le vin, disent-ils, avait été connu avant le déluge, Abel n'aurait pas manqué d'en faire l'offrande au Seigneur et Noé aurait été sur ses gardes et n'en aurait pas bu à l'excès; probablement, il était ignorant de sa force.

La Palestine était remplie d'excellents vignobles; ainsi, le patriarche Jacob dit au sujet de son fils Judas: "Il lavait ses vêtements dans le vin et son linge dans le sang du raisin (Genèse xlix, II.)

Le blé et le vin désignaient toutes sortes de bonnes choses temporelles; tous deux, le vin et le thé étaient un symbole de bénédictions spirituelles.

C'est ainsi qu'il est dit (Proverbes xxxi, 6, 7): "Donne la boisson forte à celui qui est prêt à périr et le vin à ceux qui ont de coeur lourd.

"Qu'il boive et qu'il oublie sa pauvreté et que jamais plus il ne se souviennne de sa misère".

Osée dit au chapitre XIV, verset 7, des bonnes choses dont il parle: "Elles sentent comme l'odeur du vin de Liban".

Le vin produit sur le versant Sud du Liban était très estimé.

Le Cantique de Salomon, verset premier, dit: "Je suis venu dans mon jardin, ma soeur, mon épouse: j'ai cueilli ma myrrhe et mes épices; j'ai mangé mon rayon de miel avec mon miel; j'ai bu mon vin avec mon lait; mangez, O mes amies; buvez, oui, buvez abondamment, O mes bien-aimées."

Voilà ce qui en est pour l'Ancien Testament.

Mais pour ceux qui voudraient éprou-

ver davantage mon argument du chapitre II, qu'ils se reportent lisent le chapitre Saint Jean et qu'ils lisent le chapitre ii sur les Noces de Cana, en Galilée. Quoi que les libres-penseurs puissent dire au sujet de la partie miraculeuse, peuvent-ils avoir le moindre doute sur l'importance que Jésus Christ a attachée au vin et à son usage?

H. L. F.

DECES

Nous apprenons avec regret la mort de M. E. H. Bisson, ancien député et proto-notaire du district de Beauharnois, décédé à Beauharnois, le 28 mai, dans sa 74e année, entouré des siens.

M. E. H. Bisson qui, durant presque toute son existence, a occupé des positions civiques, politiques et autres très importantes n'a laissé, partout où il a passé, que des amis pour déplorer sa perte.

Sa mort laisse dans le deuil ses sept enfants: deux sont religieuses de la Congrégation des Soeurs des SS. Noms de Jésus et de Marie, l'une Amanda est supérieure de la mission de Cohoes, N.Y., et l'autre Marie Louise est à Disraeli, P.Q. Ses autres enfants sont Albina, Corinne, épouse de M. Gustave Leduc, assistant-gérant de la Banque d'Hochelaga à Montréal; Ubaldine, épouse de M. Charles Emard, avocat de Montréal; Henri, gérant de la maison Boivin, Wilson & Cie, à Montréal; Edmour, dans le service civil à Québec, et Louis, agent de publicité à Montréal.

Nous leur offrons nos plus sincères condoléances.

Par ces grandes chaleurs il faut faire attention à l'eau que l'on boit ou autrement gare aux affections du système digestif. L'eau de Vichy n'a plus de réclame à faire pour établir sa réputation mondiale.

Rappelons seulement que l'eau de Vichy St-Louis, Trèfle rouge, dont MM. L. Chaput Fils & Cie ont l'agence, est la plus gazeuse et la plus agréable à boire de toutes les sources de Vichy.

Le lager High Life, de la Miller Brewing Co., de Milwaukee, est la bière du jour; elle a des rivales, mais n'a pas de supérieure. Quand une fois on en a goûté on y revient toujours.

MM. Laporte, Martin & Cie, Ltée, ont l'agence pour la vente de cette bière.

L'eau Hiawatha affirme de plus en plus sa vogue. Se mélangeant admirablement avec toutes les boissons, elle est délicieuse et avec cela, parfaite pour la santé; sa haute teneur en lithine en fait une eau réellement curative du rhumatisme et de la goutte.

Son effet bienfaisant contre-balance heureusement l'effet parfois fâcheux du whisky absorbé en trop grande quantité.

MM. Laporte, Martin & Cie, Ltée, sont agents de vente de cette eau excellente.

CLUB OLD TOM GIN

N'A PAS SON SUPERIEUR POUR LA
PREPARATION D'UN JOHN COLLINS



Distillé au Canada suivant les
meilleures recettes, il vaut
autant que les marques im-
portées et coûte moins cher.



PRIX COURANTS:

La Caisse de 12 bouteilles, quarts - - - \$6.50

La Caisse de 24 Flasks d'une chopine - - \$7.50

BOIVIN, WILSON & CIE,

MONTREAL.

MM. MITCHELL & CO. (of Belfast) Ltd.

MM. MITCHELL BROS., LIMITED,
GLASGOW

La maison de MM. Mitchell & Co., a été fondée à Belfast, vers l'année 1860, par M. William Charles Mitchell, le président actuel de la campagne. A la même époque fut aussi fondée une agence à Glasgow, avec bureaux dans Cooper Court, rue Howard, près de l'édifice de la douane. Malgré un début modeste, cette maison prit une position très satisfaisante tant à Belfast qu'à Glasgow et fit de tels progrès chaque année que la compagnie unique du début se divisa réellement en deux compagnies prospères, chacune avec ses archives particulières,

numéro 80 rue Oswald, puis au No 25, rue Hope et enfin au No 167 rue St-Vincent. De là, l'agence se transporta dans l'établissement de la rue Holm, 93-99, où elle est demeurée si longtemps. A cette époque, les affaires de l'agence de Glasgow avaient pris un tel développement que les directeurs jugèrent à propos de faire de cette agence d'Ecosse une compagnie séparée. Cela fut fait en 1890, les affaires augmentèrent alors beaucoup, chaque compagnie prenant continuellement de l'extension.

La Compagnie de Belfast occupe maintenant un édifice imposant, rue Corporation; c'est certainement un des principaux monuments de la ville.

Quant à la Compagnie de Glasgow, de-

battants sont placées là de telle sorte que l'air froid du dehors est tempéré modérément avant d'arriver dans les bureaux. Bien que le visiteur ait pu être impressionné par l'apparence extérieure de ce bel édifice, son admiration, en entrant dans le hall, doit être décuplée par un regard jeté à l'intérieur. En face de lui est un salon spacieux occupé par les commis, et le vitrage de la toiture en forme d'arche envoie de la hauteur un éclat de lumière sur les longues rangées de pupitres qui se trouvent au-dessous. A droite et à gauche, un beau corridor conduit aux autres bureaux; les murs sont tous lambrissés d'acajou; le parquet, en marbre à mosaïque, les corniches en treillis et les piliers massifs sont



Vue intérieure des bureaux

mais restant quand même en relations intimes l'une avec l'autre. Les affaires de la maison prirent un tel développement qu'il fut jugé bon, il y a quelque vingt ans, d'organiser la compagnie en une Compagnie à Responsabilité Limitée, dont les directeurs furent MM. William Charles et David Mitchell. Sous cette direction, la compagnie eut une prospérité indiscutable, ayant constamment payé des dividendes, dont le taux moyen dépasse dix pour cent du montant des actions ordinaires.

Le bureau de Glasgow qui, comme nous l'avons déjà dit, était situé dans Cooper Court, en arrière de l'édifice de la douane, fit aussi de tels progrès qu'il fallut chercher un local plus grand, d'abord au

puis longtemps elle se trouvait trop à l'étroit dans son établissement de la rue Holm; elle fit construire un édifice rue Waterloo.

Cet édifice, élevé de quatre étages, occupe une position centrale sur le côté Sud de la rue Waterloo; on peut dire que c'est un des édifices commerciaux les plus spacieux et les mieux aménagés de Glasgow. La façade en grès est d'une architecture de style classique; elle n'a pas de sculptures compliquées, on n'y remarque que les lignes hardies et bien définies d'une maçonnerie solide.

L'entrée élevée et imposante est en forme d'arche supportée par deux colonnes circulaires ayant leur base dans l'escalier en marbre. Deux portes à deux

en harmonie artistique avec le reste. Tel est l'aspect général que présente à l'intérieur, pendant le jour, le bureau principal de MM. Mitchell Brothers; mais le soir, quand les lumières électriques sont allumées, cet intérieur est si parsemé de magnifiques panneaux de verre et de beaux ouvrages d'ébénisterie que l'effet est brillant à l'extrême.

A gauche en entrant, est la salle du Bureau de Direction, occupée d'habitude par M. Mitchell lui-même; cette salle est tapissée et meublée avec une élégance massive et artistique. La salle des voyageurs de commerce, dans laquelle on pénètre aussi par le corridor, est un appartement coquet et à l'aspect commercial, où chaque représentant de la mai-



Whisky Mélangé

"OLD ISLAY"

DE

SHERRIF

Un des plus célèbres whiskies des "Vieux Pays," qui devient également bien connu dans le nouveau monde. Vous êtes sûr de satisfaire chaque client à qui vous recommandez le "Old Islay" de Sherriff.

Gillespies & Co., 12 rue St-Sacrement
Montréal.

AGENTS VENDEURS

Esprit de Haut Degré et Alcool Standard

E. W. PARKER, - Montreal.

Un Alcool Neutre et Incolore, convenant à tous les usages. Garanti par le Gouvernement Canadien avoir mûri en Entrepôt pendant deux ans.

GILLESPIES & CO., Agents Vendeurs, Montréal.

sen a un pupitre attitré et un tiroir privé fermant à clef. A côté de cette pièce se trouve la salle des rafraîchissements, où les célèbres mélanges de whisky écossais et irlandais de Mitchell forment naturellement un trait caractéristique

rieurs où sont situés le magasin général, le département des bouchons et des bouteilles, des cartes d'étalage, etc.; on y a un accès facile par un escalier ou par un élévateur mû par la force hydraulique. Partout il a été amplement pourvu aux

blissement ayant été faits spécialement pour un commerce comme celui de MM. Mitchell Brothers, il n'y a pas de place perdue, et il n'existe pas dans le pays de bureaux et de magasins plus beaux et plus élégamment agencés.

Les deux compagnies de Belfast et de Glasgow sont dirigées avec beaucoup de soin par des bureaux de directeurs expérimentés. Les directeurs de la compagnie de Belfast sont: MM. David Mitchell, J. P., de Millfield, Polmont, président; Robert A. Mitchell, William C. Mitchell et R. Craggs Howard. M. David J. Mitchell, fils du président, remplit les fonctions de secrétaire.

M. David Mitchell, J. P., est aussi président de la compagnie de Glasgow et ses co-directeurs sont: MM. Robert A. Mitchell et William Lusk. Le secrétaire de cette compagnie est M. Geo. A. Garrard.

Les succursales de ces compagnies sont nombreuses; la principale est celle de Londres, Essex Street Strand. Des magasins sont répandus dans tout le pays et sont trop nombreux pour être mentionnés. Une des vues de Belfast est la vaste construction juste en face de l'office, qui est le principal entrepôt irlandais de la maison Mitchell & Co. Des extensions de ce bâtiment occupent de vastes espaces, rue Great George et rue Tomb. C'est dans cette dernière rue qu'est situé l'atelier de tonnellerie de la compagnie où un grand nombre d'ouvriers sont employés.

Quand on considère les deux Compagnies d'Irlande et d'Ecosse, on voit que



Département de l'embouteillage et des expéditions

dominant. Revenant à main droite, on voit le bureau du gérant, M. Lusk, un appartement splendide et, comme les autres déjà mentionnés, meublé massivement et élégamment pour recevoir convenablement les clients. Donnant sur le même corridor sont aussi le bureau du secrétaire, M. Garrard, le vestiaire, les salles du téléphone, des typewriters, etc. Traversant de nouveau le bureau de la comptabilité, on trouve un salon splendidement agencé, pouvant contenir 40 à 50 commis; faisant face au visiteur est le sanctuaire du caissier; à gauche, les salles de sûreté avec leurs coffres-forts en fer, construits à demeure et, à droite, une porte de communication donnant accès au sous-sol et aux étages supérieurs.

Dans le sous-sol on trouve d'abord la cave pour l'alcool, où il n'y a pas moins de 16 cuves d'une contenance moyenne de 1,000 gallons chacune, puis la tonnellerie, la salle de chauffe et le département du lavage des bouteilles. Sur le premier plancher se trouve le département de l'embouteillage; là encore il y a deux énormes cuves reliées à la salle de remplissage située à l'étage au-dessus. C'est un des étages les plus complets et le plus parfaitement agencés qu'on puisse voir; il est spacieux et splendidement éclairé. Sur le même plancher et en communication directe avec le département des préposés aux expéditions, se trouvent les bureaux et caisse. Prenant l'élévateur, le visiteur traverse la salle de remplissage et arrive au département de l'étiquetage, puis aux étages supé-

rieurs de diriger un commerce important avec célérité et un ordre parfait; pour cela, les méthodes les plus modernes ont été adoptées dans chaque branche.

Il va sans dire que la lumière électrique a été installée dans tout l'établissement ainsi qu'un système complet d'ap-



Cave de l'alcool et magasin

pareils téléphoniques, et une température uniforme est maintenue partout par des radiateurs à eau chaude. Pendant le jour, on n'a pas à se servir de lumière artificielle, chaque coin étant bien éclairé naturellement. Les plans de cet éta-

le développement et l'importance actuelle de leur commerce sont remarquables. On peut à peine se rendre compte des progrès faits par ces deux Compagnies depuis qu'elles existent; mais on les constate très bien par le fait qu'elles

Controleurs exclusifs de plus de 60
Agences Etrangères.

UN DEMI-MILLION de Dollars
de Droits Payé par An.



DOUZE
Entrepôts du Gouvernement.
DEUX
Magasins d'Excise.

Lawrence A. Wilson & Cie., MONTREAL. LIMITÉE

Notre Stock de Vins et de Liqueurs est le plus grand et le meilleur au Canada.

CLARETS ET BOURGOGNES.

Nous détenons un stock très considérable et très choisi de Vins Château rouges et blancs de la Bordeaux Claret Co., ainsi que de vieux Bourgognes Rouges et Blancs en bouteilles.

SHERRIES.

Nous avons aussi en stock des sherries de Gonzalez & Byass en fûts et leurs Vieux Sherries des célèbres marques "Idolo" et "Cristina", embouteillés et cachetés dans leurs propres Bodegas. La réputation universelle de cette maison suffit à garantir l'excellence de ses produits.

ABSINTHE SUISSE.

Absinthe Supérieure de Gemppe Pernod.

APÉRITIF.

Le meilleur produit d'Espagne : Tot, l'Apéritif "Bambou".

COGNACS.

Entre autres marques importantes de Cognacs, nous sommes seuls à contrôler les marques suivantes : Bouteilleau Fils, Cognac Distillers' Association, Carlat & Cie, Jos. Brémond & Cie, Régnier & Cie, ainsi que les Brandies Espagnols de Jimenez & Lamothe.

BLACKBERRY BRANDY.

Wilson's Blackberry Brandy, Liqueur Supérieure, qualité non surpassée.

LIQUEURS.

Marasquin de Levert & Schudel, Curaçao Orange, Crème de Menthe Glaciale, Anisette, Kümmel, Kirsch.

Petite Chartreuse Verte et Jaune, Liqueur Hanappier, Elixir de Spa.

WHISKY.

Nous importons énormément plus de "Scotch Whisky" que toute autre maison du Dominion.

"Dunblane" pur grain et pur malt de Greenlees Brothers ; King Edward VII, Real Antique ; Hill-Burn Blend de Heilbron & Sons, Kings Liqueur ; Scottish Arms de R. Thorne & Sons, Antique Liqueur ; Three Star, Red, White and Blue de Haig & Haig, Five Stars, Tammany Scotch, Brae Mar Special, House of Lords, Five Crowns de Bruce Wallace & Co., Loch Caron Gleneil, A. Mac Murdo & Co., etc.

Les nombreuses qualités du Scotch Whisky, importé par nous de diverses parties de l'Ecosse, nous permettent de fournir tout arôme, couleur et âge aux prix d'importation.

ECHANTILLONS FOURNIS SUR DEMANDE.

emploient à présent plus de quatre-vingts commis voyageurs dans le Royaume-Uni seulement; elles ont en outre des voyageurs dans les colonies et à l'étranger. Les agents voyageurs à l'étranger représentent la maison dans toutes les parties du globe. M. Robert A. Mitchell a dernièrement fait une visite prolongée au Canada.

En ce qui concerne le personnel des compagnies, un fait remarquable est la durée du service de la plupart des employés et la longévité de quelques-uns; certains de leurs voyageurs sont depuis plus de 30 ans au service de la maison, d'autres y ont aussi été pendant des périodes considérables de temps. Ce fait intéressant est une preuve que le whisky, quand on en fait un usage convenable, n'est sûrement pas nocif et que les hommes qui se livrent à ce commerce peuvent rendre des points sous ce rapport à d'autres hommes, à d'autres classes de la société et même aux teetotalistes.

Les deux compagnies ont des distilleries en Irlande et en Ecosse; celle de ce dernier pays est la distillerie bien connue "Glenturret", à peu de distance de Crieff. Les deux marques principales de whisky en caisse, propriété des deux maisons, sont: "Cruiskeen Lawn" (whisky irlandais), et "Heather Dew" (whisky écossais). Toutefois, ces compagnies sont propriétaires d'un certain nombre d'autres marques convenant aux divers marchés. Le commerce du whisky en fûts, fait par les deux compagnies réunies, est énorme, le montant des droits payés au revenu impérial par leurs diverses succursales et agences s'élevant à bien près d'un demi-million de livres sterling par an.

En ce qui concerne le personnel des compagnies, il peut être intéressant de remarquer que leur président commun, M. David Mitchell, J. P., est bien connu comme élève de Drydesdales, de Hackneys et de Ponies, pour lesquels il a obtenu nombre de récompenses précieuses. A une certaine époque, ses écuries de Polmont, Stirlingshire, contenaient le plus grand nombre de chevaux en Ecosse. Deux des fils de M. William C. Mitchell, MM. James Mitchell et William Charles ont servi avec distinction dans l'armée pendant la dernière guerre du Sud Africain.

M. Lusk, le chef aimable et populaire de la maison de Glasgow, est un des directeurs de la "Scottish Benevolent Association of the Trade" et un des protecteurs de l'Association des Employés. A l'occasion du festival qui eut lieu à l'hôte de ville, au mois de novembre 1903, il eut l'honneur d'être nommé président, et le discours qu'il prononça à cette cérémonie fut hautement apprécié. Il prend un intérêt digne d'éloges au commerce de Glasgow et de toute l'Ecosse; c'est un des hommes éminents de ce pays.

Les deux maisons de MM. Mitchell Bros., de Belfast (Irlande) et de Glasgow (Ecosse), sont représentées à Montréal, par la maison Laporte, Martin et Cie, Limitée.

VINS DE CHAMPAGNE

Le vin de champagne était déjà connu au Xe siècle, mais ce n'est qu'au XVIIe qu'un religieux de l'abbaye de Hautvillers trouva le procédé par lequel est traité le vin tel que nous le voyons aujourd'hui sur nos tables.

Les vignes produisant le vin de champagne sont situées dans la Marne et la Haute-Marne, surtout dans la région de Reims et d'Epernay.

Le plant qui donne ce vin, n'est pas un plant spécial, c'est le pinot et le beurot (pinot gris) de Bourgogne, modifié par l'influence du sol et du climat et par des soins particuliers de culture.

Il ne faudrait pas croire non plus que ce vin est fait uniquement avec des raisins blancs. La majeure partie des raisins employés à sa fabrication sont noirs. C'est par un procédé particulier de fermentation que l'on empêche la matière colorante contenue dans la peau du raisin de se communiquer au moût.

La fabrication du champagne est très délicate.

Une des maisons qui a poussé au plus haut degré la perfection de ses procédés, est certainement la maison Moët & Chandon, Chandon & Cie, successeurs. Fondée en 1743, cette maison est l'une des plus anciennes de la Champagne.

Ses vignobles dont la création a commencé en 1720 comprend actuellement 500 hectares (plus de 1250 acres) des meilleurs crus, tels que Ay, Bouzy, Cramant, Hautvillers, Sillery, Romont, Rilly, Mailly, Verzy, Chouilly, Epernay, Le Mesnil-sur-Ager, Mareuil, Pierry, Vertus, Grauves, etc.

La grande variété des crus que possède cette maison lui permet de fournir des champagnes plus ou moins secs ou plus ou moins doux, suivant les goûts de ses clients.

Les champagnes se divisent en goût anglais, "extra sec ou brut"; goût belge, "sec"; goût français, "demi-sec"; goût russe, "doux". Il y a encore une autre division d'après la qualité et une autre encore d'après l'année où le vin a été récolté.

Il y en a même encore une quatrième d'après les marques "brands", car le nombre des marques de champagne est infini, mais le nombre des "grandes marques" est très restreint. Inutile de dire que le Moët et Chandon figure parmi ces dernières.

La maison Moët et Chandon produit différents vins qui sont: "Champagne Mousseux"; "Sillery Mousseux Supérieur"; "Crémant d'Ay Rose"; "Grand

Crémant Impérial"; "White Star," sec; "Brut Impérial," extra sec; il n'y a guère que les deux derniers qui soient importés en Canada, les autres vins, plus ou moins doux, n'étant pas au goût du pays.

Inutile de dire que le Moët et Chandon jouit au Canada de la même popularité que partout ailleurs.

MM. John Robertson & Sons sont les agents de la maison Chandon & Co., au Canada.

MM. L. Chaput Fils & Cie, viennent de recevoir une importante consignment de liqueurs de la maison Chastenet & Frères, de Bordeaux, parmi lesquelles, le Strawberry Brandy, l'Apricot Brandy et la Crème de Menthe sont, par excellence, des liqueurs d'été.

La maison John Krausman, 80 rue St-Jacques, Montréal, importe des bières excellentes: "Original Pilsner," de Bohême, "Wuzburger Hofbrau", et "Kulmbacher Beer," de Bavière. L'excellence de ces bières a été reconnue dans les hôtels et les restaurants de premier ordre, qui les ont toujours en stock, en fûts ou en bouteilles. Nos lecteurs verront, d'autre part, dans l'annonce de M. John Krausman, les qualités particulières à chacune de ces bières.

Nous rappelons à nos lecteurs que la maison S. H. Ewing & Sons fait une spécialité de toutes les marchandises nécessaires à l'embouteillage et à la brasserie, telles que bouchons coupés à la main ou à la machine, capsules, broche, étain en feuilles, etc., etc.

Elle a toujours en mains un approvisionnement considérable de ces marchandises qu'elle peut, en conséquence, livrer sans aucun retard. Ses prix sont intéressants et les acheteurs devraient avant de placer leurs commandes demander des cotations à MM. S. H. Ewing & Sons, qui se feront un plaisir de les leur donner.

Personnel

L'Hôtel Corona est sous une nouvelle direction. Le nouveau président et gérant général est M. George Phillips, jr., qui a été pendant vingt ans à l'hôtel Windsor et qui, depuis quelques années, était assistant de M. Weldon, le gérant.

La Freyseng Cork Co. Ltd, a toujours en stock toutes les marques les plus connues de tire-bouchons automatiques, tels que le "Quick & Easy", le "Champion," le "Modern," et le "Yankee"; ainsi que les presse-citrons "Quick & Easy", "National", et "Yankee."

Si une machine de ce genre venait éventuellement à se déranger, il n'y aurait qu'à s'adresser à la "Freyseng Cork Co. Ltd," pour la faire réparer, car ces messieurs ont toujours en mains toutes les pièces nécessaires pour la réparation de ces machines et ce, aux prix les plus modérés.

La Hamilton Brass Manfg. Co. Ltd, vient d'expédier deux superbes "work boards" en "german silver" à Kingston, Ontario.

L'un est destiné au Windsor Hotel, et l'autre à l'Ottawa Hotel, tous deux de la dite ville.

Nous sommes Agents pour les Maisons suivantes:

Ph. Richard & Cie,
Mitchell Bros.,
Mitchell & Co.,
J. P. Wiser & Sons,
Pollen & Zoon,
Blandy Bros., M.,
Real Companhia Vinicola,
Motta & Verez,
Diez Hermanos,

Garrett & Cie,
G. Oliva & Cie,
Vigneau & Cambours,
Morin, Père & Fils,
Piper Heidsieck,
Union Champenoise,
Fli Ferrero Ricardo,
F. Dolin & Cie,
Fred Miller Brewing Co.,
Daukes & Cie,
Source La Capitale,
Source La Sanitas,
Hiawatha Water Co.,
Société Anonyme "Le Soleil",
B. Gabriel,
Clément Obrieux,
Société Nouvelle de Roquefort,
Blanc & Fils,
R. Legall,
H. E. Bouille & Cie,
Sir Thos. Lipton,

COGNAC
GLASGOW
BELFAST
PRESCOTT
AMSTERDAM
MADÈRE
PORTUGAL
PORTUGAL
JEREZ DE LA
FRONTERA
MALAGA
TARRAGONE
BORDEAUX
BEAUNE
REIMS
REIMS
TURIN
CHAMBERY
MILWAUKEE
LONDRES
VICHY
VICHY
JANESVILLE, Wisc.
MALINES
PARIS
PERIGUEUX
ROQUEFORT
VALENCE
NANTES
MARSEILLE
LONDRES

Brandy
Whiskey Ecossais
Whiskey Irlandais
Whiskey Canadien
Gins et Liqueurs
Vins Madère, Sherry et Malaga
Vins de Port
Vins de Port
Vins Sherry
Vins Malaga
Vins de Messe
Clarets et Sauternes
Vins de Bourgogne
Champagne
Champagne
Vermouth
Vermouth
Bière Lager
Ale et Stout
Eau de Vichy
Eau de Vichy
Eau de table
Conserves alimentaires
Champignons
Pâtés de Foie Gras
Fromages
Macaroni et Vermicelle
Sardines
Huile d'Olive
Thé de Ceylan

Chaque maison de cette liste
a une réputation universelle.
Demandez-nous les prix d'une
quelconque des marchandises
ci-dessus. :: :: :: :: ::

Laporte, Martin & Cie,

Limitée

EPICIERIS EN GROS



MONTREAL

ASSOCIATION DES VOYAGEURS DE COMMERCE DE MONTREAL

Cette association a tenu son assemblée régulière le mardi 4 juin, 88 rue St-Denis, sous la présidence de M. Bruno Charbonneau, assisté de MM. Alp. Moisan et Pinet, vice-présidents; J. A. Cartier, trésorier et J. A. Jacob, secrétaire.

Le secrétaire donna lecture d'une lettre du cercle des voyageurs de commerce de St-Hyacinthe, félicitant leurs confrères de Montréal d'avoir formé une association.

On vote ensuite à l'unanimité l'admission de trente-six nouveaux membres. Ce sont: MM. J. Deslauriers, E. Patoine, Jos. Lefebvre, J. A. Drouin, Alfred Lafrenière, Arthur Brodeur, J. E. Tessier, J. A. Renaud, A. Lalonde, J. M. V. Gingras, Rodrigue Auclair, Jos. Henri Payette, J. Z. Langevin, Adonias Granger, Eugène Séguin, E. Patrie, Henri Moquin, J. C. A. Champoux, W. E. Waters, J. L. Bernier, J. P. Brunet, René Deschamps, T. A. Brodeur, C. Richard, Chas. Terroux, A. David, Ed. Labelle, E. David, W. Brassard, Georges Marcotte, Ephrem Paquette, A. Giroux, J. B. Trahan, J. A. Gagnon, A. Lussier, Raoul d'Orsennens, Fred. Alix.

On n'est ensuite occupé de la question d'un pique-nique ou d'une excursion. Il a été décidé que l'association ferait une excursion en bateau. Le choix de l'endroit et de la date de cette excursion sont laissés à la décision d'une commission composée de MM. B. Charbonneau, A. Moisan, A. Pinet, J. A. Jacob, A. Cartier, J. Deslauriers et Eug. Hamel.

M. Hardy fit part à l'association de certains bruits qui circulent et qui sont de nature à la discréditer. Ainsi M. Hardy prétend qu'on est sous l'impression en certains milieux que la nouvelle association des voyageurs de commerce a été fondée pour devenir la rivale de l'association générale des voyageurs de commerce du Dominion. Or, M. Hardy veut qu'à tout prix on fasse disparaître cette impression fautive, et il demande aux journaux de bien déclarer de nouveau, que la nouvelle association n'est pas la rivale de la "Dominion Travelers of Commerce Association"; cette dernière association recrutant ses membres dans tout le pays, tandis que l'association nouvelle de Montréal recrute ses membres seulement parmi les voyageurs de commerce qui ont Montréal pour champ d'opérations.

A la suggestion de M. Michaud il est même décidé que le secrétaire écrive une lettre à la "Dominion Travelers" pour mettre fin à tout malentendu à ce sujet.

La séance s'est terminée par un vote de sympathie à l'adresse des familles Henri Massé et G. Brassard, à l'occasion de la mort de leur chef; le premier étant

un voyageur de commerce, et l'autre, M. Brassard, un ami des voyageurs de commerce.

LES PROGRES DE L'INDUSTRIE AU CANADA

Le bureau des statistiques du gouvernement fédéral vient de publier un bulletin relatif à l'industrie au Canada. Les renseignements que contient ce bulletin sont récents et donnent une idée nette des progrès accomplis dans l'industrie depuis le dernier recensement en 1901 jusqu'en 1906.

Le tableau suivant indique la valeur des produits manufacturés au Canada et par provinces dans les ateliers employant cinq personnes et plus, d'après les derniers recensements pour les années 1900 et 1905 faits en 1901 et 1906:

	1901	1906
Canada (incomplet) . .	\$481,053,375	\$712,664,835
Colombie Anglaise . .	19,447,778	38,013,515
Manitoba (incomplet) . .	12,924,439	27,609,268
Nouveau-Brunswick . .	20,972,470	22,133,681
Nouvelle-Ecosse	23,592,513	32,545,939
Ontario (incomplet) . .	241,533,486	365,692,144
Ile du Prince Edouard . .	2,326,708	1,851,615
Québec (incomplet) . .	158,287,994	217,224,073
Les Territoires (incomplet)	1,964,987	7,594,600

Les chiffres de la valeur des produits manufacturés ont été comme suit aux trois derniers recensements:

1891.	\$368,696,723
1901.	481,053,375
1906.	712,664,835

L'augmentation en 1901 a été de \$112,356,652 ou de 30 p.c. sur ceux de 1891 pour une période de 10 ans. Pour une période de cinq ans, en 1906 l'augmentation est de 48 p.c., ou de \$231,611,460.

En 1901 on classait les Provinces par ordre d'importance au point de vue de l'industrie, comme suit:

1. Ontario; 2. Québec; 3. Nouvelle-Ecosse; 4. Nouveau-Brunswick; 5. Colombie-Anglaise; 6. Manitoba; 7. Ile du Prince-Edouard; 8. Les Territoires.

En 1906, l'ordre est changé comme suit:

1. Ontario; 2. Québec; 3. Colombie-Anglaise; 4. Nouvelle-Ecosse; 5. Manitoba; 6. Nouveau-Brunswick; 7. Alberta et Saskatchewan (autrefois Les Territoires) et 8. Ile du Prince Edouard.

Le Manitoba, l'Alberta et la Saskatchewan ont plus que doublé leurs industries, la Colombie Anglaise a presque doublé la sienne. Dans les provinces de l'Est, Ontario a les plus forts gains à son actif.

La seule province qui soit en recul est celle de l'Ile du Prince Edouard.

La situation des cités est comme suit:

	1901	1906
Montréal.	\$71,099,750	\$99,746,772
Toronto.	58,415,498	84,689,253
Hamilton.	17,122,346	24,625,776
Winnipeg.	8,616,248	18,983,290
London.	8,122,185	12,626,844
Peterboro.	3,789,164	11,566,805
Québec.	12,779,546	11,388,045
Vancouver.	4,990,152	10,067,556
Ottawa.	7,638,688	9,336,024
Brantford.	5,563,695	8,545,679
Halifax.	6,927,553	8,145,816
St. John.	6,712,769	6,918,638
Maisonnette.	6,008,780	6,866,107
Ste-Cunégonde.	2,940,381	5,475,688
Berlin.	3,307,513	5,449,012
Hull.	3,182,050	4,892,381
St-Henri.	4,139,391	4,372,949
Kingston.	2,045,173	4,329,607
Lachine.	2,909,847	4,309,759

Dans la province de Québec la valeur des produits manufacturés dans les villes et cités ayant une population de 1,500 âmes et au-dessus a été de \$164,966,531 en 1906 comparativement à \$126,854,596 en 1901.

Le tableau suivant indique les progrès réels accomplis dans la majorité des villes et cités:

	1901	1906
Beauharnois. . . \$	488,453	\$ 649,822
Buckingham. . . .	265,980	182,869
Coaticook.	443,134	564,293
Granby.	2,144,155	2,053,098
Grand'Mère.	1,594,074	2,329,815
Hull.	3,118,205	4,892,381
Lachine.	2,909,847	4,309,795
Lachute.	497,640	358,807
Lévis.	1,786,729	794,644
Magog.	1,898,492	2,030,227
Maisonnette.	6,008,780	6,866,107
Montmagny.	49,800	251,283
Montréal.	71,099,750	99,746,772
Québec.	12,779,546	11,388,045
Richmond.	34,024	59,825
Ste-Cunégonde. . . .	2,940,381	5,475,688
St-Henri.	4,139,391	4,372,949
St-Hyacinthe.	2,040,660	2,603,255
St-Jérôme.	848,250	633,000
St-Louis de Mile End.	200,140	1,414,331
Salaberry de Valleyfield.	2,558,593	2,910,954
Sherbrooke.	2,522,293	3,074,388
Sorel.	469,990	1,254,253
Terrebonne.	331,210	287,835
Trois-Rivières. . . .	1,187,373	1,043,474
Waterloo.	156,127	127,376
Westmount.	102,500	168,823
Windsor Mills. . . .	697,100	765,996

Dans Ontario, la valeur totale des produits manufacturés en 1906 a été de \$281,560,018 comparativement à \$185,828,523 en 1901. On pourra juger des progrès accomplis, par les chiffres ci-dessous, d'un certain nombre de villes et cités.

	1901	1906
Alexandria. . . . \$	214,870	\$ 374,259
Almonte.	845,800	906,446
Arnprior.	1,117,322	1,408,459
Belleville.	559,950	1,658,112
Berlin.	3,307,513	5,449,012
Brantford.	5,564,495	8,454,565
Brockville.	1,551,590	1,645,940
Carleton Place. . . .	392,735	597,160
Chatham.	2,714,977	3,590,230
Collingwood.	3,232,609	2,937,477
Cornwall.	2,159,989	2,210,901



MARQUE
"LION"

PUTZ TRIPLE EXTRAIT
POLI POUR METAUX

Liquide et en Pâte.

Le seul véritable Poli Putz pour Métaux est celui de la Marque "**LION.**" Une fois employé, toujours employé. Empaqueté sous forme liquide ou en pâte.

Dans toutes les épiceries et tous les magasins de quincailleries ou à la

ENGLISH EMBROCATION CO.,
MONTREAL, Que.

LAW, YOUNG & CO.
MONTREAL.

CHAMPAGNE POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix
sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
Ale & Stout....Daukes & Co.
Bénédictine.....Benedictine Co.
Bourgognes.....Bouchard père et fils.
Brandy.....Renault & Co.
Cherry Whisky (The Original) Fremy's
Claret et Sauterne.....Nathl. Johnston & Sons.
Crème Cacao Chouva A. Droz & Cie.
Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
Gin London Dry....."Gordon's."
Ginger Ale Anglais....."Schweppes."
Lime Juice.....L. Rose & Co.
Liqueurs.....Marie Brizard & Roger
Madère.....Leacock & Co.
Soda Anglais....."Schweppes."
Stout.....Wheeler & Co.
Tarragone.....Louis Quer.
Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
Vin de Malaga.....Crooke Bros.
Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
Vins de Porto et Sherries.."Mackenzie."
Vins du Rhin et Moselle...Koch Lauteren & Co.
Whisky Ecossais....."Kilmarnock."
Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.



Cette Marque Célèbre
Mise en

Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott Ontario.

"NEW-YORK."

CANADA."

Deseronto	1,666,047	1,838,136
Dundas	1,017,150	1,700,051
Galt	2,225,343	2,849,155
Guelph	3,699,183	4,816,225
Hamilton	17,122,346	24,625,766
Hawkesbury	1,010,049	1,417,044
Kingston	2,045,173	4,329,607
Lindsay	1,773,427	1,939,787
London	8,122,185	12,626,844
Midland	638,312	1,807,110
Morrisburg	56,100	18,064
Napanee	230,157	408,266
Ottawa	7,638,688	9,336,024
Oshawa	1,343,100	2,298,640
Owen Sound	1,173,477	2,191,789
Paris	1,071,069	1,601,875
Parry Sound	440,998	601,095
Pembroke	616,581	943,015
Peterboro	3,789,164	11,566,805
Port Arthur	105,000	686,837
Port Hope	565,605	968,396
Prescott	191,600	397,274
Preston	857,425	1,472,761
Rat Portage (Kenora)	807,111	1,311,346
Renfrew	379,522	392,262
Rockland	750,450	1,417,800
St. Catharines	2,070,233	3,042,243
St. Thomas	2,248,846	2,213,503
Sarnia	2,645,797	3,825,470
S. S. Marie	738,472	5,251,643
Smith's Falls	1,397,075	1,387,115
Stratford	1,935,176	3,824,586
Sydney	631,396	4,053,659
Tilsonburg	546,111	1,006,896
Toronto	58,415,498	84,689,253
Toronto Jct.	1,951,359	3,577,861
Trenton	662,675	331,415
Vankleek Hill	100,856	153,634
Walkerville	2,017,179	3,566,451
Waterloo	1,052,177	1,668,647
Windsor	1,260,947	1,715,160
Woodstock	2,508,247	2,778,578

Ci-dessous on trouvera les principaux chiffres pour les villes et villages au-dessus de 1,500 âmes dans les autres parties du Canada:

	1901	1906
Nouvelle-Ecosse		
Total	13,730,099	24,884,335
Amherst	1,511,907	4,174,929
Bridgewater	1,511,907	4,174,929
Bridgewater	255,388	651,550
Dartmouth	1,068,982	968,818
Halifax	6,927,552	8,145,016
Kentville	143,000	179,250
New Glasgow	438,867	1,837,094
North Sydney	93,100	106,276
Parssboro	154,080	85,100
Pictou	437,498	592,584
Sydney	631,396	4,058,659
Sydney Mines	1,502,008
Truro	633,818	965,254
Windsor	289,016	333,256
Yarmouth	870,610	851,357

Nouveau-Brunswick		
Total	12,952,481	15,421,289
Campbellton	322,233	666,706
Chatham	780,000	1,077,929
Friedricton	691,043	829,402
Marysville	870,809	904,988
Milltown	873,565	812,000
Moncton	1,291,036	2,461,106
Newcastle	365,980	234,223
St. John	6,712,769	6,918,638
St. Stephen	559,946	973,800
Woodstock	485,077	571,997

Ile du Prince Edouard		
Total	1,068,455	893,843
Charlottetown	900,430	860,933
Summerside	168,065	132,850

Les Territoires

Total	1,300,076	5,442,636
Calgary	599,444	2,303,617
Edmonton	243,770	943,526
Lethbridge	29,900	146,809
Medicine Hat	127,350
Moose Jaw	135,040	486,855
Prince Albert	123,600	487,547
Regina	223,335
Saskatoon	130,800
Strathcona	177,314	592,797

Colombie Anglaise

Total	1,300,076	5,442,636
Fernie	359,256	1,025,079
Nanaimo	348,775	402,087
Nelson	1,065,846	1,494,807
New Westminster	1,029,722	1,165,663
Revelstoke	271,058	778,602
Rossland	123,000	68,500
Vancouver	4,990,152	10,067,556
Victoria	2,617,573	2,339,276

Manitoba

Total	10,786,665	23,046,469
Brandon	541,347	2,097,995
Portage La Prairie	803,290	1,858,000
Selkirk	117,800	107,175
Winnipeg	8,616,248	18,983,299

QUE DEVONS-NOUS BOIRE ?

Cette question se pose fréquemment et elle est si importante pour chacun, que l'hygiéniste a le devoir d'y répondre clairement, en s'appuyant sur des documents sérieux et en présentant cette documentation sous une forme intéressante.

C'est la tâche que nous nous sommes tracée.

Commençons par l'eau ordinaire.

A tout seigneur tout honneur!

Donnons la parole à M. le Dr Brouardel, doyen de la faculté de Médecine de Paris. Voici ce qu'il dit exactement dans son *Traité de Médecine*:

"L'eau spécifiquement souillée est le grand agent thyphoïgène: nul ne l'égalé en fréquence et en puissance. C'est aussi par l'eau que se propagent les affections intestinales les plus dangereuses."

On nous répondra: "Mais l'eau que nous buvons n'est pas spécifiquement souillée."

Qu'en savez-vous?

Presque toutes les eaux sont spécifiquement souillées, surtout pendant les chaleurs, les sécheresses excessives. Voyez une eau ordinaire à travers le microscope. Vous y constaterez un fourmillement de bacilles en forme de virgules, d'entonnoirs, de fourchettes, d'anneaux, d'étoiles, de corail, de lombrics, etc., etc., qui, presque tous, sont des microbes pathogènes.

L'analyse bactériologique a démontré que l'eau servant à tout un quartier militaire de Brest était fortement contaminée.

Le Dr Bouchardat, de l'Académie de Médecine, déclare que les eaux potables ont une influence prédominante dans l'étiologie du goître, qui engendre

très souvent le crétinisme. Cet avis a été confirmé par le célèbre médecin anglais Mac Clelland; par Mgr Billet, cardinal-archevêque de Chambéry et grand homme de science; et par combien d'autres!

Le savant Fabre de Meironnes est du même avis; et Boussingault, s'appuyant sur ses expériences, pose en fait que la désoxygénation de l'eau—ce qui la rend spécifiquement souillée—peut provenir de causes très simples comme l'élévation des lieux de production, le contact constant de l'eau avec des substances avides d'oxygène et autres causes analogues.

Continuons d'examiner l'eau à boire.

Lorsqu'elle n'est pas coupée par aucun autre liquide bienfaisant, l'eau ordinaire que l'on auraensemencée de microbes les plus virulents, sert de fructueux bouillon de culture à de dangereux bacilles.

Citons, comme exemple, que dans l'eau de rivière et dans l'eau distillée stérilisée, le bacille de la maladie du charbon a vécu 131 jours:

Celui de la tuberculose 115 jours:

Celui de la fièvre thyphoïde 81 jours;

Celui du choléra asiatique 39 jours, etc., etc.

L'Institut Pasteur dit ceci:

"Nous avons trouvé dans une eau claire comme du cristal 60,000 microbes par centimètre cube."

Toutes les eaux, même les plus pures en apparence, peuvent renfermer des germes et leur servir de véhicule.

A Lausanne (Suisse), il y a quelques trente ans, la fièvre thyphoïde sévit en une formidable épidémie. On constata, après une enquête minutieuse, que la cause de cette calamité publique résidait dans la contamination du torrent de la vallée de Furlenthal.

Les docteurs Chantemesse et Vidal ont tiré de l'eau d'une fontaine quelconque de Ménilmontant, et y ont trouvé, en un pullulement prodigieux, le bacille d'Elberth, c'est-à-dire de la fièvre thyphoïde.

Il y a quelques années, une épidémie de choléra avait éclaté au Carnier, petit village au-dessus de Monte-Carlo. Les savants Chantemesse, Balestre et Collignon constatèrent, que le bacille du choléra existait dans l'eau de puits.

Le Dr Ernest Nonin, le médecin-écrivain très connu, écrit dans une de ses récentes chroniques:

"Une foule de parasites nuisibles à l'homme, les ankilostomes, distomes, filaires, toénias, etc., peuvent provenir de l'eau de boisson."

Voyons ce qu'en dit Flammarion, le grand maître des sciences naturelles, dans son ouvrage si célèbre: "L'Atmosphère," qui est lu sur tout le globe:

BERNARD & LAPORTE

Importateurs des Célèbres
Liqueurs Françaises

Portant la marque **GABRIEL VIARD**, de Troyes, France.

"Pur Abricot,"
"Viardictine,"

"Marasquin,"
"Chartreusette,"

"Cacao Shouwa,"
"Crème de Moka,"

"Curaçao,"
"Anisette," etc.

Cognacs de la Maison
LUCIEN FOUCAULD & Co.

En Caisses et en Fûts

Les Marques **Medico-Tonic**

★ et ★★★

sont les plus populaires sur notre marché. On les trouve en vente dans tous les principaux établissements. Pour Prix et Renseignements, s'adresser aux

Seuls Agents pour le Canada:

BERNARD & LAPORTE

253-255, rue St-Paul, - - - MONTREAL.

ETIQUETTE D'EXPORTATION DES FABRICANTS DE CIGARES DE CUBA.

Autorisé par le Gouvernement de la République de Cuba.

Le nom du Fabricant ou celui de sa Marque sera imprimé sur l'espace en blanc de cette Etiquette.



DETAILLANTS ET FUMEURS

Veuillez Remarquer que toutes les boîtes de cigares et de cigarettes et tous les paquets de tabac haché portant une copie de l'étiquette de l'Union, portent une Garantie que leur contenu est un produit Pur de la Havane, Cuba.

Toutes les boîtes et tous les paquets qui ne portent pas cette étiquette Peuvent n'être Pas des produits Véritables de la Havane, Cuba.

Couleurs de l'Etiquette:—Noir sur fond bleu pâle.—Couleur du Sceau de la Présidence de la République:—Bleu foncé.

"Le choléra, la fièvre typhoïde, se transmettent surtout par l'eau contaminée que l'on boit sans se douter qu'elle apporte la mort."

* * *

Et maintenant, voyons les *Eaux Minérales*.

La "Société Française des Eaux Minérales," 7, rue Chéron, à Paris, créée par des médecins, a aussi comme actionnaires de nombreux médecins.—Ce fait est de nature à expliquer bien des choses.

Pour ne pas fatiguer nos lecteurs par des citations multipliées, bornons-nous à reproduire l'opinion du professeur Henriot, de l'Académie de Médecine, dont le nom fait autorité dans le monde savant. Voici un passage de son rapport :

"Les Compagnies des Sources d'Eaux minérales se livrent à une exploitation intensive, qui risque d'épuiser les sources dans un avenir prochain, et qui amène trop souvent des variations immédiates dans la composition des eaux. Les nappes souterraines ne sont pas inépuisables. Ce sont de véritables mines, qu'une exploitation irraisonnée peut faire disparaître. En outre, quand la source baisse, les eaux de la surface viennent combler le vide qui s'est formé et diluent l'eau minérale dont la composition se trouve ainsi modifiée. Et encore trop heureux, si les eaux extérieures qui peuvent être contaminées n'ont pas souillé d'une façon irrémédiable la source d'eau minérale à laquelle elles sont mélangées.

Voilà ce que dit le savant Dr Henriot, dont personne n'ose suspecter l'impartialité.

Et l'Eau distillée ?

Nul n'osera contester que l'eau distillée, laquelle est cependant un modèle de pureté, est nuisible. Elle est plus spécialement capable de dissoudre les globules rouges, soit la partie la plus généreuse du sang humain.—Et elle peut servir de bouillon de culture fructueux, autant que l'eau ordinaire.

* * *

Et maintenant que nous avons fait connaître la documentation des principes de la science condamnant l'eau dans ses effets physiques, examinons l'influence morale de cette boisson sur la nature humaine :

Commençons par un médecin praticien émérite, le Dr Delineau, qui a constaté parmi ses clients des exemples d'une maladie nouvelle qu'il qualifie "*d'Hydrolisme aigu*" se manifestant par une dépression morale, une accessibilité prononcée aux humeurs noires, une aptitude indéniable au prompt découragement, "résultant de

l'usage excessif de l'eau sur l'organisme d'une race pour laquelle ce régime est nouveau et de nature à provoquer un déséquilibre dangereux."

C'est l'école où se recrutent nos jeunes désespérés, ceux qui se suicident avant d'avoir vécu, parce que dans le début de la vie tout ne marche pas comme sur des roulettes.

Voyons ce qu'en disent nos philosophes d'aujourd'hui, les gens d'esprit qui observent. Prenons Lucien-Victor Meunier, le leader mâle, énergique, de grands journaux parisiens :

"Comment ne pas être pris d'inquiétude en observant les ravages causés par l'usage excessif de l'eau comme boisson ? On ne m'ôtera pas de l'idée que nombre de médecins, désireux d'être entourés de malades, d'anémiques, de malingres, ont décidé de remplacer par l'eau la saignée dont leurs prédécesseurs faisaient un si large usage au siècle dernier et qui n'était pas évidemment sans leur procurer de beaux bénéfices."

Et Lucien Descaves, qui, à la sortie d'un dîner où les vins étaient bannis, éprouvait l'impression pénible d'avoir assisté non à une réunion agréable et amicale, mais plutôt à un grave concours de tempérance, et qui s'exprime comme suit :

"La race est en train d'y perdre ses qualités charmantes : la bonne humeur et la vivacité ; le vin était la gaieté des repas."

Terminons par un homme dont le nom restera immortel dans les annales parlementaires :

M. Dugué de la Fauconnerie, l'auteur philosophique des *Lettres d'un Sauvage*, que nous nous souvenons d'avoir vu à la Chambre des députés se promener, tout en pérorant, dominant son auditoire, les mains dans ses poches, à la tribune, faisant par sa brusque franchise le désespoir de ses partenaires :

"Voyez-vous, docteur,—disait-il—il ne faut pas me la faire à moi ! Ordonner à tout le monde de boire de l'eau, c'est un truc employé par vous autres pour augmenter votre clientèle ! ... Vous n'êtes que des ficelles !"

Citons, finalement, encore une fois le Dr Delineau, président de la Société Médicale des Praticiens :

"La mode anémiciante de boire de l'eau passera, comme toutes les modes ridicules. Faites une enquête, et vous verrez que les médecins qui conseillent à tout le monde de boire de l'eau, sont pour la plupart égotants.—Moralité : Ne consultez jamais un praticien d'une constitution débile et d'un tempérament maladif !"

Et enfin, la statistique :

Une revue scientifique anglaise, organe des grandes associations médicales

britanniques, le *British Medical Association*, publie ce qui suit :

"Sur 4,234 cas de décès observés, il a été constaté que la moyenne de la vie humaine est de :

1° Pour les gens modérés dans la consommation de l'alcool : 63 ans 13 jours ;

2° Les ivrognes : 53 ans 12 jours ;

3° Les abstinents : 51 ans 22 jours."

Donc, l'abstinent est, dans la longévité, au échelon au-dessous de l'ivrogne.

Le procès de l'eau seule, non coupée, est donc de par les plus hautes autorités, perdu en toutes les instances.

* * *

Que faut-il pour rendre l'eau inoffensive ?

Peu de chose.

Demandons à la science :

Pick de l'Institut d'Hygiène de Vienne (Autriche), et Tavernari, de l'Institut d'Hygiène de Modène (Italie), qui comptent parmi les savants remarquables de l'Europe, ont fait sur ce point des études approfondies. Pick a observé que le vin pur tue intégralement les bacilles du choléra en cinq minutes ; et qu'une eau, chargée des dits vibrions, peut être tue inopinément déjà cinq minutes après avoir été mélangée avec 1-3 de vin de bonne qualité. Quant au bacille de la fièvre typhoïde, un bon vin pur le tue en 15 minutes.

Toute autre bonne boisson alcoolique, à dose faible, produit le même effet.

Le vin pur, l'alcool, sont donc, en temps d'épidémie cholérique ou typhique, les meilleurs des agents préventifs.

Dans une prochaine étude, nous examinerons le rôle alimentaire du vin et de l'alcool.

(Doctoresse Micaela.)

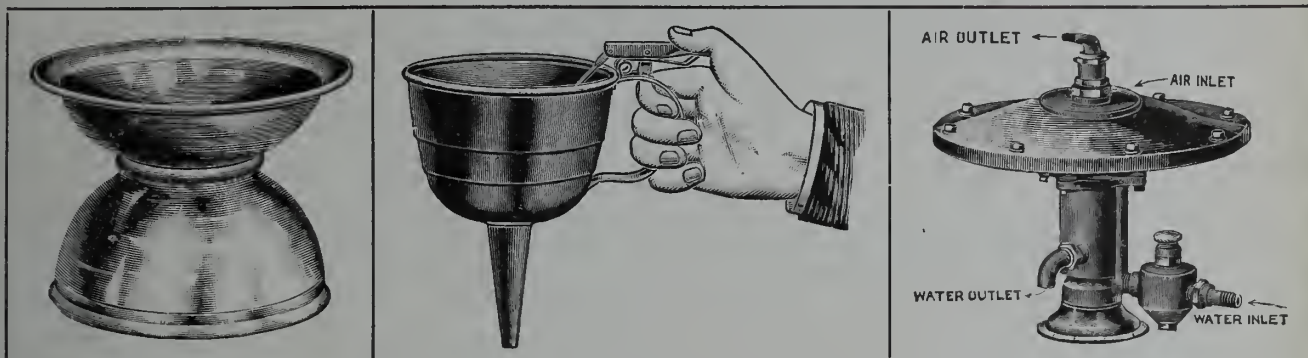
Agences de maisons recommandées

La maison Laporte, Martin & Cie, Ltée, compte au nombre de ses agences quelques-unes des maisons les mieux cotées des deux continents. L'étendue de son commerce lui permet de traiter de grosses affaires et de faire bénéficier sa nombreuse clientèle de prix réellement avantageux, dans toutes les lignes : vins, liqueurs, eaux-de-vie, etc., et de lui livrer, dans les différentes classes de marchandises, la meilleure valeur pour le prix coté.

La maison Freyseng Cork Co., Limited, 665-661 rue St-Paul, Montréal, a maintenant l'agence pour la vente de diverses marques de colle de pâte, pour tous les usages. Parmi ces colles de pâte est celle portant le nom de "Stick-Fast." Cette colle de pâte, vendue en poudre, est d'une préparation facile ; elle est forte et permet de coller des étiquettes sur du fer-blanc poli ; ce que ne peuvent faire les colles de pâte ordinaires.

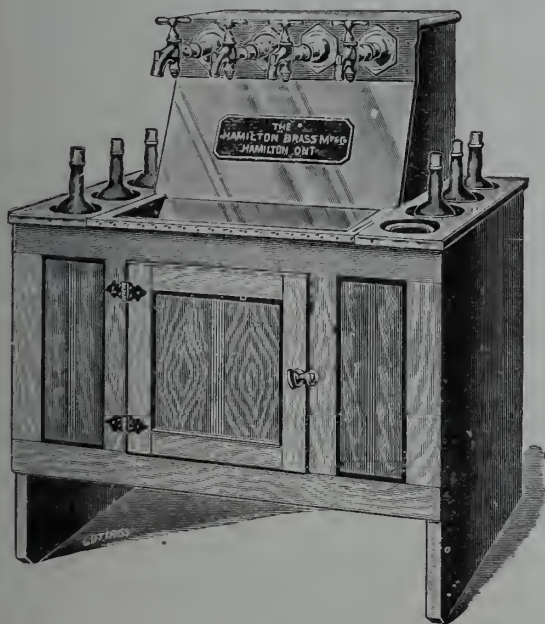
FOURNITURES DE BARS

Faites au Canada.



Achetez des seuls Manufacturiers Canadiens de

Pompes à Bière, Robinets de Bars, Cabinets, "Work-Boards," Extracteurs de Bouchons, Crachoirs, etc.

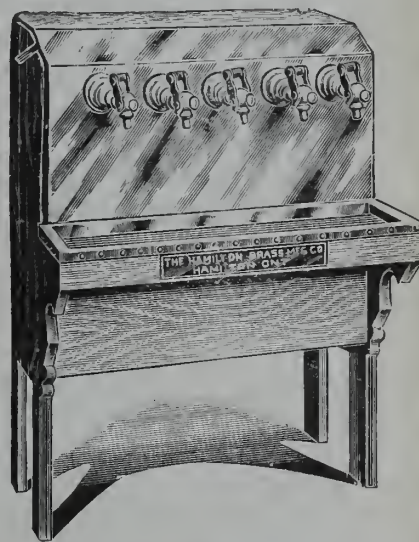


Et vous aurez de l'argent devant vous, car nous vendons directement au consommateur aux prix des manufacturiers. . . .



Pour
Réparations de Bars

Appelez:



Téléphone Bell Main . . . 3245
Téléphone des Marchands: . . 774

THE HAMILTON BRASS MFG. CO., LIMITED,

327 RUE CRAIG, OUEST MONTREAL, QUE.

(Anciennement 773 rue Craig)

Bureau Principal et Manufacture :

§ § § § § § §

Hamilton, Ont.

LE COGNAC DANS LE REGIME DES DIABETIQUES

(Moniteur de Cognac.)

Dernièrement M. le docteur Paul Carnot publiait dans le "Bulletin médical" une étude très documentée d'où il résultait que la tradition populaire avait précédé les expériences physiologiques en attribuant à l'usage modéré des spiritueux—et il faut surtout entendre par spiritueux l'eau-de-vie naturelle, et non les mixtures alcooliques innommables qui ont suscité une juste campagne contre l'alcool—une action salutaire dans la sécrétion du suc gastrique. C'est ainsi qu'il a été établi qu'après ingestion d'une certaine quantité d'alcool, le suc gastrique retiré de l'estomac est acide et digère l'albumine.

Depuis, dans son No du 9 janvier dernier, cette même publication, qui fait autorité dans le monde de l'Académie de médecine, dont la direction scientifique est confiée à d'éminents praticiens tels que MM. les professeurs Lannelongue et Granger et qui compte dans son conseil de rédaction des professeurs, des agrégés des médecins et des chirurgiens des hôpitaux, tels que les docteurs Chantemesse, Achard, Comby, Maucclair, Quénu, Walther, vient de signaler un article de MM. Benedict et Toeroek dans lequel ces illustres savants étrangers, dont les expériences sur les propriétés nutritives et caloriques de l'alcool sont déjà célèbres, se sont demandés si l'alcool ne pourrait pas trouver un emploi utile dans le régime alimentaire des diabétiques. Ils ont entrepris à cet effet des essais sur quelques cas de diabète et ont tout d'abord étudié l'élimination de l'acétone chez l'homme sain et chez l'homme atteint d'un diabète léger. Après un certain nombre de jours d'un régime riche en hydrocarbures et en graisses, une partie des aliments gras était remplacée par une quantité de "cognac" représentant le même nombre de calories. Il en résulta une diminution de l'acétone urinaire, diminution qu'on pourrait attribuer, au moins en partie, à une plus faible décomposition des albumines. Cette diminution il est vrai, n'était pas assez prononcée pour trancher la question de savoir si c'était bien l'alcool lui-même qui réduisait la proportion de l'acétone dans les urines. Mais ce qui est certain, c'est que dans le diabète léger, l'alcool diminuait la glycosurie au cours d'une alimentation riche en hydrocarbures.

Dans deux cas de diabète, on vit, "sous l'influence de l'ingestion de l'alcool", le taux de l'acétone, de l'azote et de l'ammoniaque diminuer dans les urines et la glycosurie accuser en même temps une diminution si considérable qu'il était impossible de la mettre sur le compte unique d'une moindre décomposition des albumines.

Quant à la réduction du taux de l'acétone urinaire, elle était grande également: elle ne pourrait être due à une modération, du fait de l'ingestion de l'alcool, de la décomposition des graisses.

L'alcool agit donc dans le diabète en diminuant de l'acétone et en affaiblissant la glycosurie. Comme aliment d'épargne, il paraît supérieur aux graisses. "Il en résulte que l'usage diététique de l'alcool pourrait trouver des indications dans le régime alimentaire des diabétiques."

On conviendra que les conclusions auxquelles ont abouti les premières expériences et observations de MM. Benedict et Toeroek sont de nature à faire réfléchir ceux des membres de notre corps médical qui se sont laissés entraîner par un courant irréflecti dans un ostracisme général de l'alcool que rien ne justifie.

Il aurait fallu, avant de formuler cet ostracisme, commencer par faire une distinction essentielle et primordiale entre l'usage modéré et l'abus, et, d'un autre côté, entre les différentes sortes d'alcool. Il est évident que le petit verre de "tord-boyau" débité sur le zinc pour dix centimes à l'ouvrier des usines est le plus souvent un poison, surtout absorbé comme il l'est le plus souvent de telle façon qu'il est mis en contact avec les muqueuses de l'estomac sans que celui-ci ait reçu les aliments constituant le bol alimentaire.

Il en va tout autrement de l'"eau-de-vie naturelle"—eau-de-vie de vin ou eau-de-vie de fruits—et en particulier du "cognac" lequel autrefois, dans tous les grands pays de consommation, était à la base de ce qu'on appelait une "fine goutte."

Cette "fine goutte" a été remplacée, malheureusement, par des alcools insipides qu'on ne peut faire passer dans la consommation qu'affreusement "cuisinés".

Mais cela n'empêche pas que notre "bon vieux cognac", tel qu'on le produit dans nos Charentes, que tous les anciens praticiens de notre région ont connu et que nous engageons les jeunes à ne pas dédaigner, est "un agent thérapeutique de premier ordre".

Il y a six mois on découvrait, du reste, que l'alcool sagement consommé, facilite la digestion de l'albumine; aujourd'hui, voilà qu'on s'aperçoit qu'il peut bien avoir avantageusement sa place dans le régime alimentaire des diabétiques!

De l'alcool néfaste et proscrit, on finira peu à peu—grâce aux travaux et aux expériences consciencieuses de certains médecins, et non des moindres, qui commencent à lui découvrir les vertus thérapeutiques jadis proclamées par tout notre ancien corps médical qui, alors, n'était pas influencé par la "guerre à l'alcool"—par arriver insensiblement à l'alcool salutaire et recommandé.

Dans tous les cas, les outranciers de

l'anti-alcoolisme ont été fous, s'ils se piquent encore de se souvenir des leçons de nos anciens maîtres, de faire chorus avec les abstinents et les vendeurs d'eaux minérales, et d'aller jusqu'à vouloir proscrire le "bon vin" et "la bonne eau-de-vie naturelle" de la consommation nationale.

Est-ce que jamais un petit verre de "vrai cognac" a été considéré par les plus éminents médecins d'il y a quarante ou cinquante ans comme préjudiciable à la santé? Les manuels en usage à cette époque à la Faculté disaient juste le contraire.

L'erreur a été, de la part de la jeune médecine, de dédaigner ces enseignements pour se lancer à corps perdu dans des théories mises au courant non de la science, mais de la mode!

Il faudra qu'on en revienne... à ce "bon petit verre d'eau-de-vie" qui facilitait les digestions, stimulait l'organisme, favorisait l'émission du suc gastrique et était également indiqué pour les diabétiques et les albuminuriques.

Docteur Marx.

PERSONNEL

—M. Andrew Jameson, chef de la célèbre distillerie de whisky de Dublin, de John Jameson & Son, Limited, a fait une visite au Canada et aux Etats-Unis. M. Jameson a fait un voyage étendu dans le Canada, il est allé dans le Nord-Ouest, jusqu'à Edmonton.

DANS LE MONDE DES HOTELIERS

M. C. H. Murray, propriétaire du Windsor Hotel de Granby, et M. S. Page, également de la même ville, viennent, l'un et l'autre, de recevoir de la Hamilton Brass Mfg. Co. Ltd., un très beau "work board" en "german silver," commandé pour le bar de leur établissement.

* * *

Un nouveau bar le "St-Georges", très bien monté s'installe rue McGill. Un superbe "work board" en "german silver" a été ordonné à la Hamilton Brass Manfg. Co. Ltd.

* * *

M. J. Raoul Grenier, un des représentants les plus connus de Montréal dans le commerce de gros des vins et liqueurs, occupe depuis le commencement de la saison d'été les fonctions de gérant du Château St-Louis, à Valoisville, dont M. E. Théberge est le propriétaire.

REVUE GENERALE

La Hamilton Brass Manfg. Co. Ltd., nous confirme que les affaires sont très actives dans la ligne des fournitures pour hôtels et bars. Les commandes affluent non seulement de la ville mais aussi de la campagne.



La Compagnie
de
Publications Commerciales

EDITEURS, IMPRIMEURS
RELIEURS, REGLEURS
ETC., ETC.

Travaux en Noir et en Couleur
Soignés
et
Exécutés promptement.

LA CIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES
DEPARTEMENT DE L'IMPRESSION
MONTREAL.



M. Otto Zepf, le sympathique gérant de la Freyseng Cork Co. Ltd., nous avise que les affaires sont très bonnes; c'est actuellement la saison la plus active pour son genre de commerce et si les apparences actuelles ne sont pas trompeuses, cette année sera exceptionnellement satisfaisante.

* * *

Le premier ministre de la Province, l'Hon. Lomer Gouin, a informé l'Association des Epiciers de Montréal que le gouvernement a consenti à réduire, pour cette année, de 50 p.c. l'augmentation imposée sur le prix des licences des magasins de liqueurs en détail.

L'Association des Epiciers avait passé une résolution demandant cette diminution et une délégation s'était rendue à cet effet auprès du premier ministre.

Les épiciers ayant payé leur licence avant la décision du gouvernement seront remboursés du montant qui leur revient en vertu de cette décision.

* * *

Dans le commerce de gros on nous informe que les affaires ont été en général satisfaisantes, mais que dans la dernière quinzaine elles ont été plus calmes.

On attribue ce fait à ce que les hôteliers qui pour la majeure partie sont grands amateurs de sport, ont suivi avec beaucoup d'intérêt et d'exactitude les courses du Montreal Jockey Club. Ils ont

passé des ordres pour leurs besoins les plus immédiats et devront, en conséquence, s'approvisionner plus largement à bref délai pour regarnir les stocks que la saison chaude épuîsera rapidement pour peu que les fortes chaleurs continuent.

L'INDUSTRIE VITICOLE EN CALIFORNIE

La production du vin en Californie a été en moyenne de 30 millions de gallons par an pendant les dix dernières années, d'après le professeur F. T. Bioletti, chef du département de la viticulture à l'université de Californie. Parlant des grands progrès de l'industrie viticole dans cet état, il dit: "La production du raisin de table et celle des raisins secs s'élèveront probablement au même chiffre. Si nous faisons entrer dans nos calculs 50,000 acres de jennes vignes, n'étant pas encore d'un plein rapport, la surface totale plantée en vigne en Californie est de 200,000 acres. On a estimé cette surface à un chiffre plus fort, mais probablement exagéré. En nous basant sur ce chiffre, la valeur des vignobles peut être estimée à \$50,000,000, et celle des maisons de vin, des caves et des maisons d'emballage à une somme presque égale. L'industrie viticole en Californie forme un capital total d'environ \$100,000,000.

"Cette industrie fait vivre 20,000 famil-

les, dont la moitié est employée directement à la culture de la vigne." D'après le professeur Bioletti, la récolte du raisin, cette année, en Californie, battra le record.

MM. L. Chaput Fils & Cie, viennent de recevoir 200 caisses de Dubonnet. Cet excellent apéritif dont la vogue est si grande en Europe, commence à être très apprécié ici. C'est un apéritif et un tonique tout à la fois, parfait pour résister à l'action déprimante de la chaleur.

L'Histoire du Claret

Nous avons reçu une excellente petite brochure que nous nous empressons de signaler à nos lecteurs.

Cette brochure contient en réalité toute l'Histoire du Claret; elle a pour titres: The King of Wines — The Wine of Kings. C'est-à-dire que le vin de Bordeaux est Le Roi des Vins — Le Vin des Rois, d'après l'auteur qui, d'ailleurs, s'attache à justifier le double titre donné à son travail sur le claret.

Nous avons dit plus haut que c'est toute l'histoire du claret que raconte cette brochure; pour ne pas induire nos lecteurs si en erreur nous devons ajouter que c'est une histoire abrégée, car l'auteur ne pouvait dans une petite brochure d'une trentaine de pages, célébrer les hauts et glorieux faits des fameux vins de Bordeaux, dont l'histoire remonte à plus de 2000 ans.

Qu'est-ce que le Claret? est une question à laquelle peut-être peu de commerçants de détails en vins et liqueurs pourraient donner une réponse satisfaisante.



L'Augmentation constante de la consommation du

Vin St. Martin

le plus anciens des Toniques Reconstituants, le plus agréable et le plus généreux des Vins, mérite d'attirer l'attention du Commerce. Le . .

Vin St. Martin

est en demande partout : nous l'annonçons libéralement et invitons le commerce à recueillir le bénéfice de la demande considérable que nous créons ainsi.

DISTRIBUTEURS GENERAUX:
Maison FOURNIER-FOURNIER
ST-HYACINTHE, P.Q.



**Avez-vous
Essayé les**

Cocktails Saratoga

"Manhattan,"
"Club Whisky,"
"Brandy,"
"Holland."

Les seuls Cocktails de ces marques faits au Canada.

En vente chez tous les marchands de Liqueurs en gros.

Escomptes spéciaux aux maisons de gros.

AGENTS POUR LA PUISSANCE.

D. McMANAMY & CO.

Marchands de Liqueurs en Gros
SHERBROOKE, QUE.

== VENDEZ LE ==

GIN DE BURNETT

"LE LONDON DRY ORIGINAL,"
 == Absolument le plus Fin! ==

J. M. Douglas & Co., Seuls Agents au Canada. Montréal.

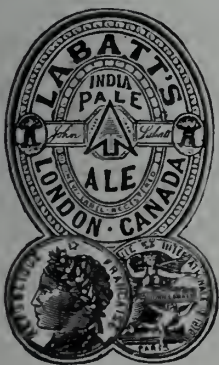
— DISTILLATEUR DE —

JOSEPH E. SEAGRAM, Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

"Old Times," "White Wheat," "No 83 Rye," "Star Rye."

MEAGHER BROS. & CO., Montreal, Agents.



LES MEILLEURS

BREUVAGES DE MALT :

Tous les consommateurs
critiques l'admettent.

Ale et Porter de Labatt

IL VAUT MIEUX, DANS L'INTÉRÊT DE VOTRE COMMERCE, NE TENIR QU'UNE SEULE MARQUE (ET LA MEILLEURE) QUE D'ESSAYER DE TENIR EN STOCK QUATRE OU CINQ MARQUES, DONT AUCUNE NE DONNE RÉELLEMENT SATISFACTION À VOS CLIENTS.

Les

Labatt's

== SONT LES MEILLEURS ==

Cette question est le titre d'un chapitre dans lequel l'auteur indique les six grandes divisions comprises dans la région du claret, et il en profite pour dire quelques mots des vins de **crus**, c'est-à-dire des vins classés.

La "Fabrication du Vin" est un autre chapitre intéressant, l'auteur a pensé qu'il ne pouvait mieux faire que de reproduire un article publié dans le grand journal médical de Londres, le "Lancet" à la date du 3 février 1906, sous le titre "Les Vins de la Gironde". Il y est question du raisin, de la vendange, de la fermentation du moût, du décuvage, du soutirage, du collage, de la mise en bouteille, etc., etc. "En un mot", est-il dit à la fin de l'article, "comme nous l'avons dit, le claret est le plus pur type du vin et le produit d'opérations absolument naturelles, n'exigeant aucune sorte d'ingrédient étranger pour le rendre propre à la consommation ou pour l'adapter au goût du public".

On entend parfois des gens en apparence très sûrs d'eux affirmer qu'on ne peut boire du bon claret au Canada parce que la région de Bordeaux n'en produit pas suffisamment pour sa propre consommation. A ces ignorants qui se croient bien savants, nous conseillerons de lire le chapitre intitulé: "La Production du Vin dans le District du Claret". Il y a là 400,000 acres de vignes produisant annuellement environ 100,000,000 gallons de vin, c'est-à-dire, comme le fait remarquer l'auteur, une quantité suffisante pour donner à toute la population de la Grande-Bretagne, à chaque homme, femme et enfant, un plein verre de vin chaque jour de l'année, ce qui peut donner une idée de la magnitude de l'industrie vinicole dans la région du claret.

Nous conseillons volontiers aux hôteliers, restaurateurs et épiciers de lire les chapitres: Les Buveurs de Vin et la façon de boire le vin, comment déguster le claret, comment acheter le claret, — et tous les chapitres suivants, y compris celui intitulé: "Le Claret comme Mesure de Tempérance". Ils trouveront dans ces chapitres d'utiles renseignements pour leur propre commerce et de précieux arguments à faire valoir auprès de leur clientèle pour augmenter la vente des vins de Bordeaux.

Nous sommes redevables à la maison Barton et Guertier de l'envoi de la brochure que nous venons d'analyser succinctement et nous l'en remercions.

Cette brochure, du prix de 1 shilling, est éditée par St. Clements Press, Ltd., Portugal Street, Kingsway, London, W. C. (Angleterre), chez qui elle est en vente.

M. S. W. Ewing, membre de la maison S. H. Ewing & Sons, vient d'être élu président de la branche de Montréal de l'Association des Manufacturiers Canadiens.

M. Ewing a justement droit fier de la distinction dont il vient d'être l'objet. La branche de Montréal de l'Association des Manufacturiers Canadiens est, en effet, la section la plus importante de cette très importante société. Elle comprend environ 450 membres, soit près de 80% en nombre total des grands industriels de notre ville, et elle représente des capi-



M. S. W. Ewing,

De la maison S. H. Ewing & Sons, président de l'Association des Manufacturiers Canadiens, branche de Montréal.

taux s'élevant à plusieurs centaines de millions.

La maison S. H. Ewing & Sons, dont M. S. W. Ewing est l'un des membres, est l'une des plus anciennes maisons de Montréal dans le commerce et la fabrication des Epices, Thés, Cafés, etc. Elle a été fondée en 1845 par le grand-père de M. S. W. Ewing. M. S. H. Ewing, chef actuel de la maison, occupe une situation considérable dans le monde des affaires, étant

vice-président de la banque Molson, président de la Montreal Cotton Co., directeur du Montreal Trust Co., et de plusieurs institutions importantes.

M. S. W. Ewing était donc tout désigné par ses capacités personnelles et par sa situation de famille pour la flatteuse distinction dont ses collègues manufacturiers viennent de l'honorer.

Les Cognacs V. Fournier & Cie, sont en grande demande. MM. L. Chaput Fils & Cie attendent ces jours-ci une nouvelle consignment de 500 caisses de ces cognacs de 7 ans, 12 ans, 20 ans, médicaux, marques spéciales et aussi en fûts.

Nouvelles agences

La maison Laporte, Martin & Cie, Ltée, a ajouté récemment quelques grandes maisons d'exportation — et non des moindres — à sa liste d'agences que nous publions ailleurs dans ce numéro, liste à laquelle nous référerons le lecteur pour tous ses besoins en Vins, Eaux-de-Vie, Liqueurs, etc.

A noter

Nous publions sur une autre page la liste des agences de la Maison Laporte, Martin & Cie, Ltée. Nous invitons les lecteurs de "Liqueurs et Tabacs" à parcourir cette liste dont les représentants comptent parmi les négociants les plus en vue dans leurs lignes spéciales, et à demander des cotations sur les lignes qui les intéressent présentement.

La bière de Pabst, de Milwaukee, jouit toujours de la même popularité auprès du public. C'est de toutes les bières d'importation celle qui contient le moins d'alcool. MM. L. Chaput Fils & Cie viennent dernièrement d'en recevoir un char et en attendent un autre à la fin du mois.

L'été, beaucoup de gens ne désirent pas prendre d'alcool. Les hôteliers ne devraient pas oublier qu'avec du soda on de l'eau de Seltz, le Vita, consommé français concentré, donne un breuvage extrêmement rafraîchissant en même temps que reconstituant et tonique.

MM. Laporte, Martin & Cie, sont agents généraux pour cet excellent produit.

Les feuilles d'étain et capsules à bouteilles de toutes grandeurs, et de tous modèles peuvent toujours être obtenues de la Freyseng Cork Co. Ltd., à des conditions de prix avantageuses.

Les Hotels et les Restaurants

devraient mettre en stock les Bières suivantes :

Original Pilsner
(Bohême)

(Brasserie Genossenschafts à Pilsen) un peu amère, légèrement voilée; recommandée par les médecins de Carlsbad aux personnes souffrant d'obésité et de mauvaise digestion.

Wurzbürger Hofbrau
(Bavière)

(brasserie appartenant au roi de Bavière) douce, crémeuse; semblable à l'Extrait de Malt le plus fin.

Kulmbacher Beer
(Bavière)

(brasserie appartenant à la Première Brasserie de Kulmbach, à Kulmbach), appelée le Bourgogne de toutes les Bières; très brune, crémeuse et pleine de corps.

JOHN KRAUSMANN,

80 Rue St-Jacques, Montréal.

Téléphone, Main 2889.

S. H. Ewing & Sons, Importateurs et Manufacturiers de BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de broche d'embouteilleurs, d'Étain en feuilles, de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65 MARCHANDS 522

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE		La cse		F. Chauvenet (15)		qts. pts.		Mcët & Chandon (7)		qts. pts.	
Ed. Pernod (3)	14.50	"White Cap" (Ultra Sec)	..	22.00	24.00	White Seal	28.00	30.00
Gemp. Pernod (14)	13.50	"Pink Cap" (Vin des Dames)	..	22.00	24.00	Brut Imperial	31.00	33.00
Pernod Fils (12)	15.00	"Red Cap" (Extra Sec)	..	21.00	23.00	G. H. Mumm & Co. (6)	..	qts. pts.	
Legier Pernod (13)	14.50	C. Marey & Liger-Bélaire (4)	..	qts. pts.		Extra Dry	28.00	30.00
AMERS				Nuits — rouge	17.00	18.50	Selected Brut	31.00	33.00
Amer Picon (12)	11.00	BOURGOGNES ROUGES				Selected Brut .. 1898	32.00	34.00
L. C. F. C. (1)	La cse	Bouchard, Père & Fils (12)	..	qts. pts.		Selected Brut .. 1895	38.00	40.00
Jamaica	pts. 5.50	Macon	6.50	7.50	Extra Dry, paniers 1 doz. 1/2 B.	..	8.50	
Celery	pts. 5.50	Beaujolais	8.00	9.00	Extra Dry, paniers 2 doz. 1/2 B.	..	17.00	
Unicorn (13)	La cse	Beaune	8.00	9.00	Louis Roederer (1)	..	qts. pts.	
Orange	qts. 7.00	"Club"	7.00	8.00	Grand Vin sec	28.00	30.00
Angostura	" 5.75	Pommard	9.00	10.00	Vin Extra sec	28.00	30.00
Celery	" 5.75	Nuits	11.00	13.50	Brut spécial Cuvée	30.00	32.00
Jamaica	" 5.75	Chambertin	16.00	17.00	Ve Pommery, Fils & Cie (12)	..	qts. pts.	
APERITIFS				Clos de Vougeot	20.00	21.00	Sec, ou Extra Sec	28.00	30.00
Dubonnet (1)	La cse	J. Calvet & Cie (6)	..	qts. pts.		Brut [vin naturel]	30.00	32.00
Litres	10.00	Beaune	1889 ..	9.00 10.00	CLARETS			
Tot (14)	8.00	Pommard	1887 ..	11.50 12.50	Barton & Guestier (4)	..	qts. pts.	
BIERES				Volnay	1889 ..	13.75 14.75	Floirac	5.00	6.00
Bass' (4)	qts. pts.	Chambertin	1887 ..	18.00 19.00	Medoc	5.25	6.25
E. & J. Burke's Bottling	2.65 1.65	F. Chauvenet (15)		qts. pts.		Margaux	5.50	6.50
Bass' (4)	qts. pts.	Clos-de-Vougeot	25.50	26.50	St-Julien	6.00	7.00
C. G. Hibbert's Bottling	2.65 1.65	Chambertin	18.50	19.50	Bataille	9.50	10.50
Bass' (13)	qts. pts.	Romanée	18.50	19.50	Pontet Canet	11.00	12.00
W. E. Johnson & Co. "Com-	2.60 1.60	Corton [Clos-du-Roi]	15.50	16.50	Château Leoville	20.00	21.00
pas"	2.60 1.60	Nuits	13.00	14.00	Château Larose	20.00	21.00
W. E. Johnson & Co.,	\$1.25	Volnay	12.50	13.50	Château Margaux	24.00	25.00
Nips	\$1.25	Pommard	11.50	12.50	Château Lafitte	24.00	25.00
Bass' (3)	qts. pts.	Beaune	10.00	11.00	Bordeaux Claret Co. (14)	..	qts. pts.	
Read Bros. Dog's Head	2.60 1.70	Moulin-à-Vent, Macon vieux	..	9.00	10.00	Côtes	2.50	3.50
Bass' (14)	qts. pts.	Supérieur	7.00	8.00	Bon Paysan	2.60	3.60
Monkey Brand	2.50 1.60	Beaujolais	6.50	7.50	Bon Bourgeois	3.00	4.00
Monkey Brand, Nips	\$1.10	Macon [Choix]	6.50	7.50	St-Julien	3.50	4.50
Bass' (6)	qts. pts.	W. D'Arcourt & Co. (13)	..	qts. pts.		Montferrand	4.00	5.00
Boar's Head	2.65 1.65	Macon	4.90	5.75	Château Brûlé	5.00	6.00
Bass & Co. (6)	In wood.	Pommard	5.65	6.50	St. Estèphe	6.00	7.00
Hhds	40.00	Nuits St-Georges	7.25	8.00	Pontet Canet	8.00	9.00
Bbbs	28.25	Chambertin	8.50	9.50	J. Calvet & Co. (6)	..	qts. pts.	
India Pale, Kilderkins	15.00	A. Lalande & Cie (5)	..	qts. pts.		St-Vincent	3.50	4.50
India Pale, Firkin	8.50	Macon	4.40	5.40	Medoc	4.50	5.50
Machen & Hudson (5)	qts. pts.	Beaujolais	5.00	6.00	Floirac	5.00	6.00
Marque "Beaver"	2.50 1.55	Beaune	6.00	7.00	Margaux	5.50	6.50
Pabst (1)	Pints	Pommard	6.60	7.60	Château Lascombe (1)	..	qts. pts.	
Export, 10 doz.	12.75	C. Marey & Liger-Bélaire (4)	..	qts. pts.		Margaux	2.25	3.00
Blue Ribbon, 10 doz.	13.75	Beaujolais	6.25	7.25	Faure Frère (3)	..	qts. pts.	
Tennants (6)	2.50 1.65	Macon	6.50	7.50	Bon Bourgeois	3.00	4.00
BIGARREAUX				Beaune	6.75	7.75	Côtes	3.50	4.50
L. A. Price (1)	qts. pts.	Pommard	8.50	9.50	Bon-Ton	4.00	5.00
Bigarreaux au Marasquin	8.00 9.00	Nuits	13.00	14.00	St-Emilion	4.50	5.50
Teyssonneau (12)	10.00 6.00	Chambertin	16.50	17.50	Ch. Dugay	6.00	7.00
BOURGOGNES BLANCS				Frédéric Mugnier (3)	..	qts. pts.		Floirac	4.50	5.50
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	Beaujolais	6.00	7.00	Medoc	5.00	6.00
Chablis	8.00 9.00	Macon	6.50	7.50	Margaux	5.50	6.50
Chablis, 1889	11.75	Beaune	7.00	8.00	St-Julien	6.00	7.00
J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.	Pommard	8.50	9.50	Pontet Canet	9.00	10.00
Chablis	11.50 12.50	Nuits	10.50	11.50	Château Gruaud Larose	12.00	13.00
F. Chauvenet (15)	20.00 10.00	Chambertin	15.00	16.00	Côtes	1.00	
Montrachet [marq. Guiche]	7.25 8.25	CHAMPAGNES				Galibert & Varon (10)	..	qts. pts.	
Chablis Supérieur	7.25 8.25	Victor Clicquot (10)	..	qts. pts.		Medoc	4.00	5.00
W. D'Arcourt & Cie (13)	qts. pts.	Extra Dry & Brut	28.00	30.00	St. Emilion	5.00	6.00
Chablis	7.25 8.00	Fleur de Sillery	20.00	22.00	St. Estèphe	6.00	7.00
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	qts. pts.	Marechal, Comte d'Erlon	13.00	15.00	Pauillac	7.00	8.00
Chablis	8.50 9.50	Cluny, Père & Fils (13)	..	qts. pts.		St. Julien, Margaux	8.00	9.00
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.	Extra Dry	20.00	22.00	L. Gaudin & Cie (1)	..	qts. pts.	
Chablis	8.00 9.00	Comte de St-Aubin (13)	..	qts. pts.		St-Julien	2.50	3.00
Jules Régnier & Cie (14)	qts. pts.	Extra Dry	12.00	13.00	St-Estèphe	3.00	3.50
Chablis Supérieur	8.00 9.00	Duc de Montlouis (1)	..	qts. pts.		A. Guilhou Frère Aîné (13)	..	qts. pts.	
Chablis Moutonne	10.00 11.00	Cuvée Réservee	10.00	11.50	Bas Médoc	3.50	4.00
Clos Blanc de Vougeot	19.00 20.00	Carte Noire	12.50	13.50	St-Estèphe	4.00	4.50
BOURGOGNES MOUSSEUX				Carte D'or	14.00	15.00	St-Julien	6.00	7.00
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	Louis Duvau (5)	..	13.50	15.00	Pontet-Canet	6.50	7.50
Bourgogne Mousseux	14.00 15.50	Gratien & Meyer (14)	..	qts. pts.		Chat-Bataille	7.75	8.75
Beaune	16.00 17.00	Caisses ou paniers	13.00	14.00	Nathaniel Johnston & Fils (12)	..	qts. pts.	
Nuits	18.00 19.00	Heidsieck & Co. (5)	..	qts. pts.		Ordinaire	4.00	5.00
Chambertin	22.00 23.50	Dry Monopole	31.00	33.00	Château Chamfleuri	4.00	5.00

St-Julien...	6.00	7.00
St-Estephe...	7.00	8.00
Château Dauzac...	9.50	10.50
Pontet Canet...	11.00	12.00
Margaux Supérieur...	11.00	12.00
Château Beaucailou...	15.00	16.00
Château Leoville...	19.00	20.00
Château Larose...	19.00	20.00
Château Margaux...	21.00	22.00
Château Lafitte...	22.00	23.00
A. Lalande & Cie. (5)	qts.	pts.
1893 Medoc...	4.40	5.40
1890 Floirac...	4.40	5.40
1889 St-Julien...	4.80	5.80
1893 St-Emillion...	5.20	6.20
1890 St-Estephe...	5.20	6.20
1889 Château Pontet Canet...	6.80	7.80
1889 Château Leoville...	11.00	12.00
1889 Château Lafitte...	14.00	15.00
Léon Pinaud (4)	qts.	pts.
St-Julien...	2.50	3.50
G. Pradel et Cie (2)	2.75	3.25
P. Vernot (2)	2.75	3.25

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co. (14)	La cse
Manhattan, Martini, Tom Gin,	
Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	
rican...	9.50
G. F. Heublein Bros. "Club" (5)	
Manhattan, Martini, Whiskey,	
Vermouth, Old Tom, ou assortis.	12.75
D. McManamy & Co.'s (18)	La cse
"Saratoga" Manhattan Club Whis-	
key Brandy, Holland Gin...	8.25

COGNACS

J. Bern et Cie (13)	La cse
3 Stoiles, Etiquette dorée ..	qt. 7.75
3 Etoiles, Etiquette bleue ..	qt. 7.50
Bisquit, Dubouché & Cie (5)	La cse
★ ..	qt. 9.50
10 years old...	qt. 12.25
Old Liqueur. .. 20 years old,	qt. 16.00
V. V. S. O. P. 55 years old,	qt. 45.00
Au gallon...	4.00 @ 10.00
J. Borianne (3)	La cse
X X X '.	7.50
Au gallon...	3.75 @ 4.75
Jos. Brémond & Co. (14)	La cse
★★★ ..	quarts 5.50
★★★ ..	flasks 6.50
★★★ ..	½ flasks 7.50
Boulestin & Cie (1)	1 cse 5 csces
★★★ ..	qts. 10.50 10.25
★ ..	qts. 12.00 11.75
★ Fluted ..	qts. 12.00 11.75
★ Fluted ..	pts. 13.00 12.75
★ Fluted ..	24 flasks 13.00 12.75
★★★ ..	qts. 15.00 14.75
V. S. O. P. ..	qts. 20.00 19.50
V. V. S. O. P. ..	qts. 28.00 27.50
1846 ..	qts. 45.00
Boutelleau, Fils & Cie (14)	La cse
V. S. O. P. 1858 ..	qt. 18.00
Doctor's Special..	qt. 11.00
V. O. 1875 ..	qt. 13.50
V. V. S. O. P. 1820 ..	qt. 30.00
Marie Brizard et Roger (13)	La cse
Fleur de France, 1 fleur ..	qts. 10.00
Fleur de France, S.O.P. ..	qts. 16.00
Fleur de France, V.S.O.P. ..	qts. 18.00
Fleur de France, C.V. 1858	qts. 25.00
Carlat & Co. (14)	La cse
Quarts ..	6.50
Pints ..	7.50
Jules Coadon & Co. (6)	La cse
12 quarts..	8.00
24 flasks ..	9.00
Au gallon ..	3.90 @ 4.50
Cognac Distillers Association (14)	La cse
★★★ ..	vieux.. 8.50
V. O.	12 ans.. 12.00
V. S. O. P.	20 ans.. 15.00
X. X. O.	1858.. 23.00

3 grapes ..	vieux .. 3.75 à 4.00
V. O.	3.95 à 4.15
Comandon & Co. (6)	La cse
Special ..	9.50
Reserve extra ..	10.50
Reserve 1878 ..	12.50
★★ et X. O.	15.00
V. S. O. P.	16.50
Au gallon ..	4.50 7.50
Chs Couturier & Cie (2)	La cse
★★★ ..	7.50
Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks,	
et 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Quarts, Casks, etc.	3.80 à 4.00
D'Angely (3)	La cse
XXX.....	6.50
Dervos & Cie (1)	1 se 5 csces
Quarts..	8.00 7.75
Pints.....	9.00 8.75
24 flasks n. c.	9.00 8.75
M. Durand & Cie (1)	La cse
★★★ ..	Qts. 5.50
★★★ ..	Pts. 6.50
★★★ ..	½ B. 7.90
16 flasks ..	1.50
24 flasks n. c.	6.00
32 flasks ..	6.75
48 1-2 flasks n. c.	7.00
Par 5 csces, 25c. de moins.	
Lucien Foucauld & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.50
3 Etoiles, 12 Bout.	12.50
"Crown Liqueur" ..	14.00
V. O., 15 ans d'âge ..	16.50
Medico Tonic ..	18.00
V. S. O., 20 ans d'âge ..	20.00
V. S. O. P., 25 ans d'âge ..	24.00
V. V. S. O. P., 30 ans d'âge ..	28.00
1847 ..	45.00
P. Frapin & Cie (3)	La cse
★ ..	qt. 9.50
Medical..	qt. 10.50
20 years old.	qt. 13.00
25 years old.	qt. 16.00
30 years old.	qt. 19.00
Au gallon.....	4.00 @ 7.00
Fromy & Rogee (6)	La cse
Medical Reserve ..	10.00
Medical Reserve V.O.	12.50
Gonzalez, Staub & Cie (1)	La cse
Quarts ..	9.00
Pints ..	10.00
24 Flasks ..	10.00
48 Flasks ..	10.00
1 Etoile ..	Qts. 11.50
3 Etoiles ..	Qts. 14.00
V. S. O.	Qts. 16.50
V. S. O. P.	Qts. 18.25
Jas. Hennessy & Co. (9)	qts. pts.
★ ..	13.00 14.00
★★★ ..	16.00
V.O.	17.25
S. O.	25.00
X. O.	35.00
X. S. O.	45.00
Extra ..	60.00
Jimenez & Lamothe (14)	La cse
★★★ ..	qt. 11.00
V. S. O. P.	qt. 15.00
1890 Muscatel ..	qt. 16.00
1865 Liqueur ..	qt. 18.00
Au gallon.....	4.25 à 4.50
Lagrange & Co. (14)	La cse
V. O.	qts. 7.00
V. O.	flasks 8.00
V. O.	½ flasks 9.00
F. Marion & Cie (2)	La cse
★★★ ..	Qts. 6.00
Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks,	
Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Quarts, Casks, etc.	3.40 à 3.75

Martell & Co. (4)	La cse
Une Etoile..	qt. 12.75
3 Etoiles...	qt. 16.00
V. O.	qt. 17.25
V. S. O. P.	qt. 18.75
V. V. S. O. P.	qt. 38.00
Jacques Nicot & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.00
2 Etoiles, 12 Bout.	10.00
3 Etoiles, 12 Bout.	11.50
V. O. 12 Bout.	12.00
V. S. O. 12 Bout.	13.00
V. S. O. P. 12 Bout.	14.00
Reserve 1870, 12 Bout.	16.00
Reserve 1865, 12 Bout.	17.00
Reserve 1858, 12 Bout.	18.00
Pour ordres d'importations d'au moins	
30 caisses, s'adresser aux agents.	
Otard, Dupuy & Cie (15)	La cse
Spécial..	qts..... 9.50
Une étoile..	qts..... 12.00
Deux étoiles.	qts..... 14.00
Trois étoiles..	qts..... 16.00
V. S. O. P.	qts..... 17.50
Parville et Cie (2)	La cse
★★★ ..	12s. qts. 5.00
V. Pinot & Cie (1)	La cse
★★★ ..	qts. 6.00
★★★ ..	pts. 7.00
★★★ ..	¼ botl. 7.50
V. O.	qts. 7.00
V. O.	pts. 8.00
16 flasks ..	7.00
24 flasks n. c.	6.75
32 flasks ..	7.25
48 1-2 flasks n. c.	7.50
Par 5 csces, 25c. de moins.	
C. Pluchon & Cie (1)	1 cse 5 csces
Quarts ..	7.25 7.00
E. Puot (3)	La cse
★ ..	qts..... 9.50
Au gallon.	4.00 @ 7.00
Quantin & Co. (6)	La cse
★★★ ..	qts..... 9.50
Au gallon ..	4.25 @ 5.50
Régner & Cie (14)	La cse
★★★ ..	qts. 5.50
★★★ ..	Flasks 6.50
★★★ ..	½ Flasks 7.50
J. Rémy (3)	La cse
Quarts.....	6.50
Flasks ..	7.50
1-2 flasks ..	8.50
Renault & Cie (12)	La cse
★ ..	qts..... 10.00
V. O.	qts..... 12.00
3 étoiles S. V. O.	qts..... 15.00
V. S. O. P.	qts..... 21.00
Club.....	qts..... 18.00
50 Years Old..	qts..... 40.00
Au gallon.....	4.00 @ 10.00
Fh. Richard (2)	La cse
S. O.	qts..... 22.50
20 ans flutes ..	qts..... 17.50
V. S. O. P.	qts..... 12.25
V. S. O.	qts..... 10.50
V. O.	qts..... 9.00
Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.	
Au gall.	
Richard ..	3.40 à 6.00
John Robertson & Sons, Ltd. (7)	La cse
Denis Mounie et Cie ..	11.50
Clouret & Co.	10.50
Jules Robin & Cie. (4)	La cse
Quarts.....	9.50
24 Flasks..	10.00
Sazerac de Forge & Fils (9)	La cse
Quarts.....	9.50
Flasks.....	10.25
Au gallon ..	4.25
J. Sorin et Cie (14)	La cse
Blue Label ..	9.90
Au gallon ..	4.00 à 4.25

EAUX

Apenta Hungarian, Aparient (5)	La cse
25 Quarts	6.25
50 Pints	9.50
Sparkling Splits	5.50
Apollinaris (5)	La cse
50 Quarts... .. .	7.50
100 Pints... .. .	10.50
100 Splits... .. .	8.50
S. Birch & Co. (14)	La cse
Ginger Ale	Bombays 1.35
Ginger Ale	Splits 0.90
Soda	Bombays 1.25
Soda	Splits 0.90
Cantrell & Cochrane (4)	La doz
Belfast Ginger Ale... .. .	1.40
Club Soda... .. .	1.40
Seltzer... .. .	1.40
Potass Water... .. .	1.40
	Gal.
Dry Imperial Ginger Ale	1.50
Hiawatha (2)	
Naturelle, 1-2 gals.	12s 4.75
Naturelle, 1-4 gals.	50s 7.50
Gazeuse	pts. 50s 7.50
Gazeuse	pts. 100s 10.50
Gazeuse	splits 100s 8.50
Libertyville Crystal Spring (1)	La cse
Quarts. 50 Bout.	7.50
Pints. 100 Bout.	10.50
Splits 100 Bout.	8.50
Schweppe's, de Londres (12)	La doz.
Soda Water Co. Cylindres, pour 2..	1.35
Soda Water, Bombays.. .. .	pour 3.. 1.50
Soda Water, Splits.. .. .	pour 1.. 1.10
Dry Ginger Ale.. .. .	1.35
Seltzer... .. .	1.40
Potass Water... .. .	1.40
St-Galmier (3)	La cse
Source Badoit.. .. .	6.00
St-Galmier (13)	La cse
Source Romaine	6.50
Vichy (3)	La cse
Célestins, Grande Grille, Hôpital,	
Hauterive... .. .	10.00
Vichy (13)	La cse
Source St-Charles	8.00
Source Aubert	7.50
Vichy St-Yorre (14)	La cse
Source St-George.. .. .	7.50
Bassin de Vichy (1)	La cse
Source St-Louis	8.00
Vittel (13)	La cse
Grande Source	10.50
Source Salée	10.50

GINS

Blankenheym & Nolet (14)	La cse
Marque 'Clef', C'ses Rouges ..	10.50
Marque 'Clef', C'ses Vertes ..	5.00
Marque 'Clef', C'ses Violettes ..	5.00
En cruchons	10.00
Au gallon	de 3.00 à 3.25
John de Kuyper & Son (4)	La cse
Caisses Rouges	15s 11.75
Caisses Vertes	12s 6.25
Caisses Violettes.. .. .	24s 5.50
Au gallon	3.15 à 3.30
P. Hoppe, "Night Cap" (1)	La cse
Rouges.. .. .	10.65
Jaunes.. .. .	11.00
Vertes	6.25
Bleues.. .. .	6.00
Violettes.. .. .	2.50
Au gallon	3.05 3.25
P. Hoppe, "Imperial" (1)	La cse
Rouges.. .. .	10.50
Vertes	5.00
Violettes	2.45
Melchers, de Berthierville (3)	La cse
Croix Rouge. Caisses Rouges.. ..	11.25
Croix Rouge. Caisses Vertes.. ..	5.85
Croix Rouge. Caisses Violettes.. ..	5.00
J. J. Melchers (3)	La cse
Honey Suckle, Cruch verre ..	9.00
Honey Suckle, Cruch pierre ..	9.00

Netherland's Steam Disty. Co. (1) La cse

Kiderlen's "Croix d'honneur".	
Caisses Rouges.. .. .	11.00
Caisses Vertes.. .. .	5.25
Caisses Violettes.. .. .	4.90
Cruchons verre—12s 3 gals. ..	11.75
Cruchons verre—24s 3 gals. ..	12.75
Cruchons verre—12s 5 gals. ..	17.50
A. C. A. Nolet, Schiedam (5)	La cse
Caisses Rouges.. .. .	10.75
Caisses Vertes.. .. .	5.75
"The Real" Dry Gin	7.10
Old John (2)	La cse
Caisses Rouges	15s 9.75
Caisses Vertes	12s 5.25
Caisses Pony	24s 4.50
Van Dulken Weiland & Cie (13)	La cse
Bouteilles Noires.	
Violettes, 1 1-2 gallon, 24 Bout.	4.95
Vertes, 1 1-2 gallon, 12 Bout.	4.95
Vertes, 2 gallons, 12 Bout.	5.85
Rouges, 3 1-2 gallons, 15 Bout.	10.75
Rouges, 4 gallons, 15 Bout.	11.25
Bouteilles Blanches.	
Violettes, 1 1-2 gallon, 24 Bout.	5.50
Bleues, 1 1-2 gallon, 12 Bout.	5.25
Bleues, 2 gallons, 12 Bout.	6.50
Blanches	6.50
Jaunes, 3 1-2 gallons, 15 Bout.	11.20
Jaunes, 4 gallons, 15 Bout.	11.75

HOCKS

Frederick Krote (14)	qts.	pts.
Sparkling White	16.00	17.00
Sparkling Red	18.00	19.00

LAGERS

Val. Blatz Brewing Co.	
Export	12.00
Miller Brewing Co. (2)	Le Bri.
Marque "High Life", 10 doz. ..	12.50
Marque "Buffet", 10 doz. ..	12.00
Malt Extract, 8 doz.	15.60

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine (12)	qts.	pts.
12 litres.. . . .	20.00	21.00
Blankenheym & Nolet (14)	qts.	pts.
Anisette	12.00	
Curaçao	11.00	
Kirsch, forêt noire	12.00	
Liqueur Hannapier	18.00	19.00
Petite Chartreuse Jaune	18.00	19.00
Elixir de Spa	15.00	16.00
Briand & Jaquet (1)	Lacse	
Cherry Whiskey	7.50	
Blackberry Brandy	7.50	
Cherry Brandy	7.50	
Crème de Menthe Verte	9.00	
Crème de Menthe Blanche	9.00	
Crème de Cassis	9.00	
Curaçao Orange	9.00	
Sirop de Grenadine	7.00	
Marie Brizard & Roger (12)	Lacse	
Anisette... .. .	13.50	
Curaçao, Orange ou Blanc... .. .	12.50	
Marasquin... .. .	13.00	
Kummel, Superfin.	12.00	
Kummel Crystallisé... .. .	12.50	
Green Peppermint... .. .	13.00	
Crème de Menthe, Blanche... .. .	13.00	
Cherry Cordial	12.50	
Cherry Brandy	12.50	
Blackberry Brandy	12.50	
Kirsch... .. .	11.00	
Bitter Triple... .. .	12.00	
Liqueurs assorties... .. .	13.00	
Crème de Menthe Verte.	13.00	
Crème de Moka... .. .	13.00	
Crème de Cassis	13.00	
Crème de Noyau	13.00	
Eau-de-vie de Dantzik... .. .	13.00	
Orange Bitters... .. .	9.50	
Punch au Kirsch... .. .	11.00	
Peach Brandy	16.00	
Bustanoby Bros.	qts.	pts.
Forbidden Fruit	23.00	

Chartreuse St-Denis (2)		qts.	pts.
Verte	10.50	11.50	
Jaune	10.50	11.50	
Delizy & Dolstan (3)		qts.	pts.
Curaçao	12.00		
Marasquin	12.00		
Kummel	12.00		
Liqueur jaune	15.00	16.00	
Liqueur verte	16.00	17.00	
Alex Droz & Cie (12)		qts.	pts.
Crème Cacao-Chouva.. .. .	16.00	17.00	
Nelson Dupoy (14)		qts.	pts.
Maraschino	13.00		
Grenadine... .. .	8.50		
Frémey Fils (12)		qts.	pts.
Cherry Whiskey, [Chesky]	16.00	17.00	
Orange Whiskey... .. .	14.00		
N. Fricquet & Cie (13)			La cse
Cherry Whisky	12 qts.	8.50	
Cherry Brandy	"	8.50	
Blackberry Brandy	"	8.50	
Peach Brandy	"	9.00	
Apricot Brandy	"	9.00	
Crème de Menthe	"	9.00	
Crème de Menthe Boule, 12 litres		12.00	
Crème de Vocoa	12 qts.	8.50	
Crème de Noyau	"	9.00	
Kirsch		9.00	
Kummel		9.00	
Marasquin		9.00	
Curaçao		10.00	
Jules Lamothe (14)		qts.	pts.
Cherry Whiskey	9.00		
Levert & Schudel (14)		qts.	pts.
Marque "Pélican"			
Anisette	12.00		
Crème de Menthe	12.00		
Curaçao	12.00		
Kummel	12.50		
Maraschino	13.00		
Pères Chartreux (13)			La cse
de Tarragone.			
Liqueur Jaune	12 litres	23.00	
Liqueur Jaune	24/2 "	24.50	
Liqueur Verte	12 "	27.50	
Liqueur Verte	24/2 "	29.00	
Melrose Drover Ltd (3)			La cse
Cherry Whiskey.. .. .	11.00		
Frédéric Mugnier (3)		qts.	pts.
Crème de Menthe Verte... ..	11.00		
Cherry Brandy.. .. .	11.00		
Cacao l'Hara à la Vanille ..	12.50		
Kirsch ***.. .. .	11.00		
Prunelle de Bourgogne. ..	12.50		
Crème de Framboises... ..	12.25		
Fine Bourgogne, 12 lit.. ..	20.00		
Crème de Cassis.. .. .	11.00		
Fine Bernard... .. .	15.00		
Grenadine... .. .	8.50		
Anisette.. .. .	11.00		
Kumel.. .. .	12.00		
J. Sorin & Co. (14)		qts.	pts.
Cherry Whiskey	15.00		
P. Thorne & Sons (14)		qts.	pts.
Apricot Brandy	24.00		
Tournil & Fleury (2)		qts.	pts.
Anisette	8.00		
Crème de Menthe	8.00		
Crème de Cacao	8.00		
Crème de Cassis	8.00		
Curaçao	8.00		
Sirop Grenadine	6.00		
Gabriel Viard, Troyes (10)	12	24/2	
	litres	litres	
Chartreusette jaune	22.00	24.00	
Chartreusette verte	24.00	26.00	
Pur Abricot [the genuine]	28.00	30.00	
Marasquin, bout. d'origine	22.00	24.00	
Viardictine de l'Abbaye St.			
Urbain	20.00	22 00	
Curaçao, triple sec	20.00	22.00	
Peppermint [Menthe verte]	20.00	22.00	
Cassis Imperator	20.00	22.00	
Crème de Cacao, Scho...			
à la vanille	20.00	22 00	

Crème de Moka 20.00 22.00
Anisette Extra fine, Cru-
chons ou flacons 20.00 22.00
Curacao quadruple sec 22.00 24.00
Pour ordres d'importation, 25 caisses
minimum, s'adresser aux agents.

Wilson (14) qts. pts.
Blackberry Brandy 9.00
Hungarian Blackberry Brandy 7.00
Wallace Cherry Brandy 9.00

MADERE

Blandy Bros. (2) La cse
Very Superior 8.50
Special Selected 10.50
London Particular 13.00

Cossart, Gordon & Co. (5)
Au gallon 2.50 à 9.00
Rutherford & Browne (15)
Au gallon 2.50 @ 10.00

MALAGA

Blandy Bros. (2) La cse
Etiquette Bleu—pâte-doux 7.50
Etiquette Blanc—pâte 10.00

MOSELLE

Deinhard & Co. (4) qts. pts.
Brauenberger 9.00 10.00
Piesporter 10.00 11.00
Berncasteler Doctor 15.00 16.00
Crown Sparkling 18.50 20.00
Nonpareil Sparkling 24.50 26.00

Kock, Lauteren & Co. (12) qts. pts.
Zeltinger 9.00 10.00
Brauenberg 12.00 13.00
Pisport 13.50 14.50
Scharzberg—1895 18.00
Sparkling Moselle 20.00 21.50

Frédéric Krote (14) qts. pts.
Sparkling 15.00 16.00

Johann Schlitz (3) qts. pts.
Winneger 6.00 7.00
Braunberger 8.50 9.50
Sparkling 17.00 18.00
Hocheimer 17.00 18.00
Cabinet 23.00 25.00

P. J. Valckenberg, Ltd. (6) qts. pts.
Piesporter 8.50 9.50
Zeltinger 9.00 10.00
Braunberger 15.00 16.00
Berncasteler Doctor 16.50 17.50

OLD TOM & DRY GINS

Boords (9) La cse
Old Tom 7.25
London Dry 7.25

Booth (4) La cse
London Dry 8.00
Old Tom 8.00

Burnett (15) La cse
London Dry 7.50
Old Tom 7.50

Club (3) La cse
Old Tom 6.50
Old Tom au gallon 3.00

Cold & Co. (1) La cse
Sloe Gin Qts. 10.00
Marque Beaver Qts. 6.75
Marque Beaver Pts. 6.75
London Dry Qts. 6.00
London Dry Pts. 7.00

Colonial (3) La cse
London Dry 6.50
Gordon (12) La cse
London Dry 7.50
Old Tom 7.50
Sloe Gin 9.25

Hill's & Underwood (6) La cse
London Dry 7.50
Old Tom 7.50

Imperial Wine Co. (6) La cse
London Dry 6.50
Old Tom 6.50

J. & W. Nicholson & Co. (10) La cse
Old Tom 8.25

London Dry 8.00
Sloe 12.50

A. C. A. Nolet (5) La cse
"The Real" Dry Gin 7.10

John Robertson & Son, Ltd. (7) La cse
Old Tom 7.50
London Dry 7.50
Sloe 11.00

Thorne (14) La cse
Old Tom 7.50
London Dry 7.50
Au gallon 3.50

Wilson (14) La cse
Royal Crown Old Tom 6.50
Au gallon 2.00 @ 3.00

Oporto

Blandy Bros. (2) La cse
Invalid's Special 12.00
Good Fruity 7.50

J. W. Burmester (14) La cse
Royal 5.00
Crusado 6.00
Rich Douro 9.00
Fine Old Port Red 11.00
Toreador 12.00
Very Fine Old Port White 12.50
Pinhao 18.00
Emperor 21.00
White Port 12.00
Old Crusted 12.00
Royal Blue Label 18.00

Au gall.
Diamond T. 2.50 à 2.60
Two Grapes 2.75 à 2.85
Three Grapes 3.00 à 3.10
Four Diamonds 3.35 à 3.50
Four Grapes 3.60 à 3.75
Three Crowns 4.60 à 4.75

J. M. Caselles y Tarrats (3)
Au gallon 1.00 à 1.50

Cockburn, Smithes & Co. (4)
Tawny La cse. 16.00
Au gallon 2.75 @ 7.00

Croft & Co. (6)
Au gallon 2.40 @ 7.50
A la caisse 7.00 @ 24.00

Robt. Delaro & Co. (2)
"Antique" qts. la cse. 7.00

Feuerheerd Bros. & Co. (7) La cse
Pioneer 12.00
Commendador 16.00
Au gallon \$2.75 à \$ 9.00

Garcia Hijos (2) 8.50

Gulmarans & Co. (6)
Invalid's Reserve La cse. 7.50
Au gallon 2.25 @ 5.50

Hunt, Roope, Teage & Co. (9)
Au gallon 2.00 @ 5.50

Oliva Morez y Ca. (3) La cse
Old Tawny 5.50

MacKenzie & Co. Ltd. (12)
Au gallon 2.50 @ 10.00

A. Rizat et Cie (2) 2.50

Robertson Bros. & Co. (3) La cse
Medal Port No 1 16.00
Medal Port No 2 13.00
Favorita Oporto 8.00
Au gallon 1.50 @ 6.50

Sandeman & Co. (12) La cse
Superior Old 12.00
"Club" 18.00
"1890" 30.00
Au gallon 2.50 @ 15.00

T. G. Sandeman & Sons (5)
Au gallon 2.75 @ 9.00

Silva & Cosens (15) La cse
Dow's Admiral 16.50
Dow's Toreador 9.50
Au gallon 2.50 @ 14.00

Manual Testa (2) La cse
6.50

Wiese & Krohn (10)

Tinto Novo gallon 1.50
Caisse 12 qts. 5.50
Tinto Novo No 1 gallon 2.15
Ligittimo No 1 gallon 3.90
Caisse 12 qts. 7.50
Particulier gallon 8.50
Invalid Port cse 12 qts. 10.00
T. Ventura & Co. (2) 4.50
E. Yzaguirre (5) Le Gal.
Three Grapes 1.50

PORTER ANGLAIS

Guinness (3) qts. pts.
Read Bros. "Dog Head" 2.60 1.65

Guinness' (14) qts. pts.
Monkey Brand 2.50 1.60
Monkey Brand Nips 1.10

Guinness' (4) qts. pts.
E. & J. Burke, bottling 2.60 1.65

W. E. Johnson & Co. (13) qts. pts.
Marque Compass 2.55 1.65

Machen & Co. (6)
Marque Pelican 2.50 1.60

Machen & Hudson (5)
Marque "Beaver" 2.50 1.50

RHUMS

Boivin, Wilson & Cie (3) qts. pts.
Black Joe 8.00 9.00
No 7 7.00 8.00

Marie Brizard & Roger (12) qts. pts.
Ste-Croix 12.00
P. S. Clément 11.00
Jamaïque au gallon 5.00

E. & J. Burke (4) qts. pts.
Jamaica 9.50

Dandicolle & Gaudin (1) qts. pts.
Lion 8.00 9.50
Royal 0.00 11.00
St-Marc 0.00 9.50

Galibert & Varon (10) qts. pts.
Kaiopa Habitation 10.50 12.50
Vieux Rhum 12.00 14.00
Carmencita (Jamaica) 13.00 15.00

H. G. Kewney & Co. (5) qts. pts.
Old London Dock—1 Etoile 7.75
Old London Dock—3 Etoiles 8.75

Navy Reserve (6) qts. pts.
Jamaica 9.00

John Robertson & Son, Ltd. (7) La cse
Jamaica Rum 10.50

J. B. Sherriff & Co. (9)
Marque "Bell" 9.00
Marque "Bell", 36 o. p. au
gallon 5.00
Marque "Blue Star", 36
o. p. au gallon 4.75

Thorne (14) qts. pts.
Marque "Lion" 8.50 10.50
Liquid Sunshine 9.50 10.50

Turner (2) La cse
Quarts 7.00
Pints 8.00
1/2 Pints 9.00

SAUTERNES

Barton & Guestier (4) qts. pts.
Haut Sauternes 12.50 13.50
Graves 6.00 7.00
Barsac 8.75 9.75
Château Yquem 24.00 25.00

J. Calvet & Cie (6) qts. pts.
Graves 5.25 6.25
Sauternes 5.50 6.50
Haut Sauternes 1901 11.50 12.50

Faure Frères (3) qts. pts.
Sauterne 4.00 5.00
Sauterne 5.00 6.00
Haut Sauterne 8.00 9.00
Château Barsac 6.50 7.50
Château Yquem 15.00 16.00

Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Graves	4.00	5.00
Barsac	7.00	8.00
Haut Sauternes	8.00	9.00
Château Yquem	18.00	19.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts.	pts.
Ordinaire	5.50	6.50
Haut Sauternes	9.00	10.30
A. Guilhou Frère Aîné (13)	qts.	pts.
Sauternes	4.50	5.25
Haut Sauternes	5.00	6.00
Graves Martillac	6.00	7.00
Jimenez & Lamothe (14)	qts.	pts.
Sauternes	5.00	6.00
Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts.	pts.
Barsac... .. .	6.00	7.00
Sauternes... .. .	6.00	7.00
Graves... .. .	6.00	7.00
Haut Sauternes... .. .	11.50	12.50
Château Yquem... .. .	20.00	21.00
A. Lalande & Cie (5)	qts.	pts.
1890 Graves... .. .	4.80	5.80
1888 Barsac... .. .	5.20	6.20
Lecompte & Morel (2)	2.75	3.25
Vigneau & Cambours (2)	3.50	4.00
Gustave Vigneron (1)	3.00	4.00

SHERRIES

Blandy Bros. (2)	La cse
Manzanilla	8.50
Amoroso	11.00
J. M. Caselais y Tarrats (3)	
Au gallon... .. .	1.00 à 1.50
F. W. Cosens & Co.	
Au gallon... .. .	de 2.00 @ 10.00
Richard Davies (9)	
Au gallon... .. .	1.50 @ 5.00
Pedro Domacq (5) au gallon	1.25 @ 9.00
Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse
Emperador	16.00
Corona	12.00
D. Goni Feuerheerd (7)	
Caisses	16.00
Au gallon	3.00 à 9.00
Manuel Gamboa Ramirez (6)	
Au gallon	1.25 @ 4.50
A la caisse	4.50 @ 12.00
Jose Gomez (2)	La cse 8.50
Corona	12.00
Gonzalez & Byass (14)	La cse
Christiana Dry	10.00
Idolo Seco	12.00
Pendon	2.00
Claro	2.50
Giralda	3.00
Old Brown	3.25
Fino	3.75
Amontillado	4.00
Vino de Pasto	4.00
Oloroso	4.25
Las Torres	4.50
Victorioso	5.50
Jubilee	6.00
P. Juanito & Co. (2)	La cse 6.50
M. Misa (4) au gallon	1.50 @ 6.00
Oliva Morez y Ca. (3)	La cse
Golden Sherry	5.50
Mackenzie & Co. Ltd. (12)	
Au gallon... .. .	1.50 @ 10.00
Robertson Bros. & Co. (3)	La cse
Amontillado	16.00
Manzanilla	13.00
Oloroso	8.00
Au gallon... .. .	1.75 @ 7.50
Sanchez Hermanos (2)	La cse 4.50
Sanderman Buck & Co. (Julian Pémartin)	
(12)	La cse
Pale Dry	12.00
Montilla Fino, very dry	12.00
"Club"	18.00
Selected Old	36.00

"Jubilee"	50.00
Au gallon... .. .	de 1.50 @ 10.00
Sob. de Vda X. Harmony y Ca. (13)	La cse
Pedro Ximenez	\$12.00
Vin Sherry, gallon	0.90 à \$8.00
A. R. Valdespino & Co. (6)	
Au gallon	de 1.25 @ 6.50
A la caisse	de 5.00 @ 15.00
B. Vergara (9)	
Au gallon... .. .	1.50 @ 4.50

SPARKLING SAUMUR

Ackerman-Laurance (15)	qts.	pts.
"Dry-Royal"... .. .	15.75	16.75
½ pts. paniers 1 doz ; pa-		
quets de 4 paniers... .. .	18.00	

TARRAGONES

Darichez M. (4) au gallon	1.00 à 3.00
---------------------------	-------------

VERMOUTH

Dolin Chamberizette (2)	8.00
Cte Chazalotte & Co. (3)	7.00
E. Martinazzi & Co. (Italien) (1)	5.75
Noilly, Prat & Co. (12)	7.00
Freund Ballor & Co. (Italien) (12)	6.75
P. Ricardo Forino (2)	6.50

VIN DE GINGEMBRE

Boivin, Wilson & Cie (3)	La cse
Quarts	4.50
Au gallon	1.20
Cold & Co. (1)	qts. 4.00
Au gallon	0.85 à 1.25

VIN DU RHIN

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Laubenheim... .. .	7.00	8.00
Nierstein... .. .	8.50	9.50
Rudesheim	15.50	16.50
Liebfraumilch	17.00	18.00
Hockheim... .. .	18.00	19.00
Marcobrunn... .. .	21.50	
Johannesberg... .. .	25.00	
inwein [cruchons]	11.00	12.00
Sparkling Hock	17.50	19.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Laubenheim... .. .	7.00	8.00
Bodenheim... .. .	7.50	8.50
Nierstein... .. .	8.50	9.50
Steinwein in Boxbeutels... .. .	11.00	
Rudesheim... .. .	15.00	16.00
Liebfraumilch... .. .	15.00	16.00
Giesenheim... .. .	16.00	17.00
Hochheim... .. .	18.00	19.00
Johannisberg... .. .	21.00	22.00
Claus Johannisberg—1893	30.00	
Sparkling Hock... .. .	18.00	19.50

Frederick Krote (14)	qts.	pts.
Laubenheimer	6.00	7.00
Niersteiner... .. .	6.75	7.75
Rudesheimer... .. .	10.00	11.00
Hochheimer... .. .	10.00	11.00
Steinwein... .. .	11.00	12.00
Liebfraumilch... .. .	14.50	15.50
Johannisberger... .. .	17.00	18.00
Royal Scharzberg... .. .	20.00	21.00
Sparkling Hock, blanc	16.00	17.00
Sparkling Hock, rouge	18.00	19.00

Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Bodenheimer... .. .	6.00	6.00
Hohnheimer... .. .	6.50	6.50
Laubenheimer... .. .	7.00	7.00
Niersteiner... .. .	8.00	8.00
Oppenheimer	9.00	9.00
Hochheimer... .. .	9.50	9.50
Johannisberg... .. .	15.00	15.00
F. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Laubenheimer	7.50	8.50
Niersteiner	9.00	10.00
Rudesheimer	12.50	13.50
Liebfraumilch—1893	18.50	19.50
Johannisberger—1893	25.00	26.00

VINS TONIQUES

Castro (5)	La cse
1 Seal port... .. .	5.00
3 Seal port	6.00
Dubonnet (1)	La cse
Litres	10.00

Red-Heart (15)	9.00
Vin Mariani (14)	10.00
Vin St-Michel (3)	8.50
Wilson's Invalid's Port (14)	8.00

WHISKEYS AMERICAINS

Wilson (14)	La cse
Bourbon Gold Lion	10.00
Old Valley	qts. 12.50
Old Valley	1-2 flasks 16.00

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye (1)	La cse
Screw top, 16 flasks	6.00
Screw top, 24 flasks	6.35
Screw top, 48 flasks	7.25
Glass stop, 24 flasks	6.50
Glass stop, 48 flasks	7.50

Perfection Brand Rye (1)	La cse
Amber	12 qts. 5.00
Glass stop, 32 flasks. Amber ..	6.00
Rock & Rye	12 qts. 7.90
Rock & Rye	24 flks 8.00
Parker's (9) High Wines 50 o. p. gal.	
En quarts... .. .	3.90
En 1-2 quarts... .. .	3.95
Quantités moindres... .. .	4.00

Jos. E. Seagram (16)	La cse
"Star" Rye	qts. 32s.
"Star" Rye	Flasks, 32s.
"Star" Rye	Flasks, 64s.
White Wheat	qts.
White Wheat	Flasks, 32s.
No. "83" Rye	qts.
No. "83" Rye	Flasks, 16s.

Unicorn (13)	La cse
Quarts	6.00
24 Flasks	6.50
48-½ Flasks	7.50

Hiram Walker & Sons	se
Canadian Club, 5	5.00
Canadian Club	Flasks, 16s. 10.50
Canadian Club	2 Flasks, 32s. 11.00
Imperial	qts. 7.50
Imperial... .. .	Flasks 16s. 8.00
Imperial... .. .	½ Flasks 32s. 8.50

Canadian Club—5 years old	4.00
Imperial... .. .	2.80
Rye.	25 U. P. 2.25
Malt.	25 U. P. 2.25

Wilson (14)	La cse
Empire Rye... .. .	qts. 8.00
Empire Rye... .. .	flasks.. 9.00
Empire Rye... .. .	½ flasks.. 10.00
Empire Rye	32 flasks 8.00
Liquid Sunshine	qts. 6.00
Liquid Sunshine	Flasks 7.00
Liquid Sunshine	1-2 Flasks 8.00
Liquid Sunshine	32 Flasks 7.00
Etoffe du Pays	qts. 6.00
Moonlight... .. .	qts. 6.00
Moonlight... .. .	Flasks 16s.. 6.50
Moonlight... .. .	Flasks 32s.. 7.00
Moonlight... .. .	Flasks 36s.. 7.25
Moonlight... .. .	Flasks 64s.. 8.00

J. P. Wiser & Sons, Ltd. (17)	
Recreation	La cse
12 Bout. Rondes... .. .	qts. 5.00
12 Flks.	Imp. qts. 7.00
16 Flks.	Imp. pts. 5.50
32 Flks.	Imp. ½ qts. 6.00
36 Flks.	Travellers 6.00

Canada Whiskey	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 7.00
20 Flks.	Imp. pts. 8.50
32 Flks.	Imp. ½ pts. 8.00
60 Flks.	Imp. ¾ pts. 8.00

Red Letter	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 8.00
Whiskey Clair	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 5.00
H. Corby Distillery Co., Ltd.	La cse
I. X. L.	qts. 8.07
I. X. L.	Imp. Pts. 16s. 8.00

I X.L.	Flasks 32s.	8.25
1. X.L.	Miniatures 54s.	4.50
Old Dominion	qts.	8.90
Old Dominion	Imp. Pts. 16s.	8.00
Old Dominion	Miniatures 54s.	4.50
Canadian Rye	qts.	5.40
Canadian Rye	Imp. Pts. 16s	6.00
Canadian Rye	Flasks 32s.	6.00
S. B. Rye (Special Blend)	qts.	7.00
S. B. Rye (Sp. Blend) Imp. Pts. 16s.		7.50
S. B. Rye (Sp. Blend) Flasks 32s.		7.50
S. B. Rye (Sp. Blend) . . Min.	54s.	4.50
Whiskey Blanc	qts.	5.50
Whiskey Blanc . . Imp. Pts. 16s.		6.25
Whiskey Blanc	Flasks 32s.	6.00

WHISKEY ECOSSAIS

James Ainslie & Co. (1)	1 cse 5 cses	
Ainslie Liqueur	13.00
Ainslie Special Liqueur	16.00
Ainslie All Malt Liqueur	15.00
O'Gilvie, quarts.	7.00	6.75
O'Gilvie, 24 flasks.	7.75	7.50
O'Gilvie, Imperial quarts. . . .	9.50
Ainslie, Yellow label.	9.00
Ainslie, Ord. flasks.	10.25
Ainslie, Imperial quarts	13.50
Ainslie, White label	9.75
Ainslie, Special.	10.50
Ainslie, Extra Special.	12.50
Ainslie, Clynelish [Smoky].	13.00
John Begg (13)	La cse	
Capsule rouge	9.50	
Capsule blanche	10.50	
Capsule bleue	12.50	
Special Reserve	18.00	
Big Ben (1)	1 se 5 cses	
Quarts [10 years old]	11.00	10.75
Bulloch, Lade & Co. (4)	La cse	
Loch Katrine.	qts..	7.50
Loch Katrine	32 Flasks.	9.50
Loch Katrine. Imp. Qt. Flasks..	11.00	
Special White Label.	9.50	
Extra Special Gold Label. . . .	11.00	
Brae Mar Special (14)	La cse	
Quarts	8.00	
Flasks	9.00	
1-2 Flasks	10.00	
32 Flasks	9.00	
Bruce, Wallace & Co. (14)	La cse	
Imperial quarts	10.50	
Reputed quarts	7.00	
24 Flasks	8.00	
48 Flasks	9.00	
48 Flasks (10 oz.)	14.00	
Burns, Leslie & Co. (14)	La cse	
Gleneil.	qts..	6.00
Loch Carron (14)	La cse	
Imperial quarts	10.00	
Reputed quarts	6.50	
24 Flasks	7.50	
48 Flasks	8.50	
Robt. Dale & Co. (2)	La cse	
Quarts	12s	5.60
Flasks	24s	6.00
1/2 Flasks	48s	7.00
Peter Dawson (3)	La cse	
Perfection.	9.75	
Special.	10.50	
Extra Special.	9.50	
Liqueur.	12.25	
Old Curio, 20 years old	15.00	
Au gallon.	4.00 @	7.00
John Dewar & Sons, Ltd. (15)	La cse	
Dominion Blend.	qts.	8.75
"Special".	qts.	9.25
Blue Label.	qts..	9.75
Special Liqueur [W. Label] qts..	12.50	
Extra Special Liqueur.	qts..	16.50
5 cses d'une sorte ou assorties, 25c la	cse en moins.	
Alex. Ferguson & Co. (10)	La cse	
Fine et vieille liqueur 20 ans d'âge	15.00	
Club Liqueur	13.50	

P. & O. Special Liqueur, 10 ans	10.00
K. T.	9.50
Gleneil (14)	La cse
Imperial quarts	9.50
Reputed quarts	6.00
24 Flasks	7.00
48 Flasks	8.90
Greenless Bros. (14)	La cse
King Edward VII... Ext. Sp. qts..	9.50
King Edward VII... Sp. Liq. qts..	12.00
Dunblain pure grain	8.75
Dunblain pure malt	8.75
Real Antique pure Highland	16.00
King Edward VII	4.75 à 5.60
V. O. Extra Sp.	4.00 à 4.50
Haig & Haig (14)	La cse
★★★★	9.50
★★★★★	13.00
Bleu Blanc Rouge.	9.50
Pinched Bottles	14.00
Pinched Bottles Wired	16.00
Au gallon	4.25 à 4.50
Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse
Hay's finest.	Sq. qts. 7.75
Hay's old	Rd qts. 6.75
Hay's old.	24 flasks 7.50
Hay's old	32 sq. flasks 7.50
Hay's old	Imp. qts. flasks 10.00
D. Hellbron (14)	La cse
Hillburn Blend.	qts.. 8.00
Hillburn Blend	Imp. qts.. 11.00
Hillburn Blend	Imp. pts.. 12.00
King's Liqueur, 10 years qts..	10.00
King's Liqueur, 20 years	13.00
Au gallon	4.00 à 4.25
John Hopkins & Co. (5)	La cse
"Old Mull" Blend.	9.50
"Navy Liqueur" V. O. S.	12.00
House of Lords (14)	12.50
Melrose, Drover & Co. (3)	Legal.
1 étoile.	4.00
2 étoiles.	4.25
3 étoiles.	4.50
4 étoiles.	4.75
5 étoiles.	5.00
A. Macmurdo & Co. (14)	La cse
Imperial quarts	8.50
Reputed quarts	5.50
24 Flasks	6.50
48 Flasks	7.50
Mitchell Bros. (2)	La cse
Mullmore 12 Btles.	qts.. 6.50
Mullmore 24s	pts. 7.50
Mullmore 48s	1/2 flks. 9.90
Mullmore 24 Imp. qts. Flasks	10.00
Glen Ogle 12 Btles rdes	qts.. 8.00
Heather Dew 12 Btles. rdes qts..	8.00
Heather Dew 12 Imp. Flks. qts.	11.25
Heather Dew 10 oz. Flks.	12.00
Special Reserve 12 Btles. rdes..	9.00
Special Reserve Pts. 24s	10.00
Special Reserve Imp. Flks. 24s	11.75
Finest Old Scotch 12 Btles. rds..	12.50
Grey Beard Stone Jars	12.50
E. S. L. Decanters	9.50
E. S. L.	qts. 9.50
White Star Liqueur	qts. 10.50
Old Scotch Proof.	3.50
Heather Dew	3.45 à 4.00
Sepecial Res. Scotch Proof	4.00
Special Res.	3.50 à 4.50
Extra Spec. Liqueur	4.75 à 5.00
Wallace Moir (3)	La cse
Imperial Quarts.	12.00
Alex. McArthur & Co. (3)	La cse
Quarts	7.50
Flasks	8.50
Imp. Quarts	11.00
James McNeil (1)	La cse
Imperial Oval.	qts.. 8.00
Quarts.	6.00
Pints.	7.00

24 flasks, Screw top.	7.00
32 flasks, Screw top.	7.50
48 flasks, Screw top	8.00
5 cses à la fois, 25c. en moins.	
Ian McPherson (6)	le gal
Craigdhu.	10 O. P. 4.00
Dhuloch	9 O. P. 4.10
Special Blend.	8 O. P. 4.25
Special Blend.	15 U. P. 3.75
John Robertson & Son, Ltd. (7)	Legal.
	Droits payés
No 1—Fine Old	3.43
No 2—"Special"	3.63
No 3—Old Highland	3.96
No 4—Old Dundee	4.28
No 5—Old Private John	4.71
No 6—Liqueur	5.16
No 8—Dundee Finest	5.96
	La cse.
Private Stock John Robertson	12.50
J. R. D. "Star"	9.50
Duncan McIntosh	8.25
Robertson, Sanderson & Co. (6)	
"Glenleith" [8 years old]. la cse.	9.00
"Glenleith"	5 O. P. le gal. 4.75
"Glenleith"	15 U. P. le gal. 4.00
"Grand Spécial	9.00
"Mountain Dew," full flavor. cse.	9.50
	la cse
"Mountain Dew," cruchons terre.	
8 Imp. qts. 12.00	
"Mountain Dew," cruchons terre,	
12 Imp. qts. 13.00	
"Mountain Dew," 4 O. P. le gal.	4.75
Special Liqueur . . [15 years old].	12.50
Old Private Stock, [20 years old].	17.50
John Ben-Royal Lochnagar (13)	La cse
O.	9.50
OOO.	10.00
J. B. Sherriff & Co. (9)	La cse
Old Islay.	10.00
V. O. Islay.	10.25
Islay, 10 o. p. au gallon.	4.25
Islay V. O. preuve, au gallon. . . .	5.25
Stuart, Campbell & Co. (3)	La cse
Quarts.	6.50
Flasks	7.50
1/2 Flasks.	8.50
Imperial Quarts.	9.50
Tammany (14)	qts. 8.75
R. Thorne & Sons	La cse
Scotch Arms	10.00
Antique Liqueur, 20 years	12.00
Au gallon	4.50
John Walker & Sons (12)	La cse
Kilmarnock.	10.00
Wilson (14)	La cse
Brae-Mar.	qts. 8.00
Brae-Mar.	flasks. 9.00
Brae-Mar.	1/2 flasks. 10.00
Wilsons' (14)	La cse
V. V. O. Quarts	8.00
V. V. O. Flasks	9.50
V. V. O. 1-2 Flasks	10.00
WHISKEY IRLANDAIS	
E. & J. Burke (4)	La cse
Quarts.	8.50
Imperial Quart flasks	12.00
Findlater (14)	La cse
A 1.	9.50
Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse
Hay's Old	Rd qts. 6.75
Hay's Old.	24 flasks. 7.50
Hay's Old	32 flasks. 7.50
Hay's Old	Imp. qt. flasks. 10.00
D. Hellbron & Sons (14)	La cse
Old Irish	Imp. quarts 11.00
Innishannon (14)	La cse
Quarts	6.50
Flasks	7.50
1-2 Flasks	8.50
John Jameson & Son (5)	La cse
1 étoile	9.50
3 étoiles.	11.25

William Jameson (12)	La cse
1 harpe... ..	9.75
3 harpes... ..	10.75
McConnell's (1)	La cse
★	Qts. 9.00
★★★	Qts. 10.75
Special Liqueurs	Qts. 12.50
Mitchell Bros. Ltd. (2)	La cse
Old Irish Imp. Qts. 12s ..	11.00
Old Irish 12 Btles. rdes ..	Qts. 6.50
Old Irish Pts. 24s	8.00
Old Irish Flasks 10 oz. ..	12.00
Spec. Old Irish Imp. Pts. Flks.	11.75
Cruiskeen Lawn Stone Jars ..	12.50
Cruiskeen Lawn, Imp. Qts. Flks	11.50

	Au gal.
Old Irish	3.65 à 4.00
Special Irish	4.75 à 5.00
Wm. O'Borne & Sons (1)	La cse
12 Imperial Oval Quarts	9.00
12 Ordinary Quarts	6.50
24 Pints	7.50
24 Flasks, stoppers	7.50
48 1-2 Flasks, stoppers	8.50
O'Brien (14)	La cse
Imperial quarts	10.50
Reputed quarts	7.00
Flasks	8.00
1-2 Flasks	9.00

Old Bushmill (14)	La cse
★★★.....	12.00
Special Malt... ..	10.50
Au gallon	4.50
George Roe & Co. (12)	La cse
★	9.75
★★★	10.75
Kilkenny (3)	6.50
St-Kevin (3)	8.00
Kilkenny (3)	6.50
Wilsons' (14)	La cse
3 Horns	qts. 6.00
3 Horns	Flasks 7.00
3 Horns	1-2 Flasks 8.00

—Clef à la liste précédente—

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante.

1. L. Chaput, Fils et Cie.	7. John Robertson & Son, Ltd.	13. D. Masson et Cie.
2. Laporte, Martin et Cie.	8. Hiram, Walker & Sons.	14. L. A. Wilson & Co.
3. Boivin, Wilson et Cie.	9. Gillespies & Co.	15. J. M. Douglas & Co.
4. John Hope & Co.	10. Bernard & Laporte.	16. Jos. E. Seagram.
5. W. R. Wonham & Sons.	11. H. Corby Co.	17. J. P. Wiser & Sons.
6. S. B. Townsend & Co.	12. Law, Young & Co.	18. D. McManamy & Co.

LA MAUVAISE ECONOMIE

L'habitude d'économiser peut dégénérer au point qu'elle devient une manie et est un écueil au lieu d'être un marchepied pour arriver au succès. C'est une mauvaise économie que d'économiser des centins et de perdre des dollars.

Le public acheteur est généralement apte à distinguer le marchand ou la maison qui sont si portés aux petites économies qu'ils perdent les gains les plus importants. Les maisons de ce genre font rayonner autour d'elles la petitesse, la mesquinerie, les moyens limités. Les commerçants qui sont à leur tête sont avares, ont des idées étroites. Ce sont des hommes d'un petit esprit, manquant de cette générosité et de cette largeur de vues qui sont le signe d'hommes libéraux, à l'esprit large.

Beaucoup d'hommes de ce genre demeurent toute leur vie à la tête d'un petit commerce rapportant peu, parce qu'ils n'ont jamais appris l'effet produit par la libéralité en affaires. Ils ne savent pas qu'un ensemenement copieux signifie une moisson copieuse. Ils ne savent aucune-ment comment on arrive aux plus grands succès par les méthodes d'affaires modernes.

Il y a une grande différence entre l'économie d'une sage administration et cette économie mesquine qui fait épargner pour

le plaisir d'épargner et dépenser la valeur d'un dollar pour économiser celle d'une pièce de nickel.

On n'a jamais vu d'homme accordant trop d'importance à l'économie de sommes insignifiantes faire des choses qui sont le fait d'un esprit large.

Les méthodes d'économie de bouts de chandelles appartiennent au passé. L'avarice et la mesquinerie ne sont pas profitables. Les grandes choses sont accomplies aujourd'hui suivant de grandes lignes. Celui qui réussit est l'homme à l'esprit libéral, au jugement sain, l'homme qui peut voir les choses dans leur acception la plus large. C'est la ligne de conduite libérale qui l'emporte.

L'économie, dans son sens le plus large, implique le jugement le plus élevé, un esprit bien équilibré et des idées larges. L'économie la mieux comprise exige souvent que l'on fasse des dépenses très libérales, parce qu'un gain de milliers de dollars peut dépendre d'une dépense de quelques centaines de dollars. C'est souvent le résultat d'une administration large et généreuse, de sommes d'argent dépensées sans compter.

Certains des meilleurs hommes d'affaires sont généreux presque à l'extravagance envers leurs clients ou dans leurs transactions. Ils n'ont aucun souci de ce qu'ils dépensent quand ils peuvent prévoir que

cet argent leur reviendra au double ou au quintuple. Mais ceux qui font preuve de mesquinerie dans leurs économies ont des idées trop étroites, ils sont trop limités dans leurs prévisions, ils regardent trop à ce qu'ils dépensent pour pouvoir jamais concevoir de grandes choses. Le centin est si près de leurs yeux qu'il les empêche de voir le dollar.

Une dépense généreuse est ce qui aide l'homme ambitieux, ce qui crée une bonne impression, assure une prompte reconnaissance et constitue souvent un placement infiniment meilleur que d'entasser de l'argent dans une banque.

Ceux qui débutent dans la vie doivent donner de l'ampleur aux choses qui en valent la peine, en ne perdant pas de vue les possibilités les plus grandes, au lieu de borner leurs perspectives et de les réduire à néant en tenant leurs idées fixées sur des économies mesquines, sordides.

La véritable économie n'est pas l'avarice ni la mesquinerie. Elle nécessite souvent de fortes dépenses, car elle a toujours en vue le but le plus élevé. La véritable économie consiste à dépenser le plus sagement ce que nous avons, toutes choses considérées et envisagées au point de vue le plus large. Ce n'est pas une bonne chose que d'économiser cinq sous en gaspillant du temps dont la valeur est cinq fois plus grande.



LA SITUATION A LA HAVANE

Le journal "Tobacco" a reçu de son correspondant à la Havane, des renseignements datés du 1er juin, que nous reproduisons ci-dessous :

La situation de la grève n'est pas changée, ni les manufacturiers de cigares, ni les représentants des cigariers ne consentant à faire la moindre concession. Cependant tout pourrait s'arranger si on pouvait se débarrasser des meneurs qui sont à la tête des cigariers, car 95 pour cent au moins de ces derniers consentiraient à reprendre l'ouvrage aux mêmes conditions qu'auparavant. Il y a toutefois un point très sérieux à prendre en considération, c'est qu'à l'exception de trois ou quatre manufactures, aucune n'a assez de stock en mains pour maintenir un travail actif pendant plus d'un mois. Comme il s'écoulera un certain nombre de mois avant que la nouvelle récolte soit en état d'être travaillée par les manufacturiers de cigares, il n'y a évidemment pas de raison urgente pour une entente immédiate entre manufacturiers et grévistes. La demande des Etats-Unis et des autres pays étrangers pour les cigares importés étant très forte, les importateurs pourront vendre au public des cigares qui, à cause de leur grosseur ou de leur qualité, avaient été négligés et considérés comme difficiles à vendre depuis quelque temps. En outre, cet état de choses permettra sans doute aux manufacturiers de cigares d'élever leurs prix, ce qui deviendra une nécessité absolue, du moins temporairement, comme l'expliquait un des manufacturiers les plus importants, qui base son raisonnement sur les conditions et faits suivants :

Les prix de la matière première, cette année sont environ le triple de ceux qui régnaient dans les années normales. Le tabac pour un millier de cigares coûtait d'habitude au manufacturier \$13 en moyenne, ou moins, tandis que maintenant, en travaillant aussi économiquement que possible, en employant chaque feuille, en faisant le moins de déchets possible, la matière première lui coûte plus de \$30, et même jusqu'à \$40 si on procède de la même manière qu'autrefois. Les intérieurs de la classe appelée 16a, qu'on pouvait facilement obtenir dans les

années normales à \$35 par balle, coûtent maintenant \$70; même à ce prix ils ne sont pas aussi purs qu'ils devraient être et contiennent une certaine proportion de tabac de la classe 17a. Quand la feuille brute était à bas prix, ou à son prix régulier, les fermiers n'étaient pas aussi méticuleux pour leurs "escojidas" et pouvaient mettre de petites feuilles de robe dans les classes 15a et 14a; mais durant les deux dernières années, la coutume est devenue générale parmi les cultivateurs de choisir avec soin chaque petite feuille de robe pour la mettre dans les classes 13a ou 12a, lesquelles, étant des classes de feuilles à robes, sont payées comme telles à de hauts prix.

La moyenne des prix de vente dans toutes les manufactures de la Vuelta Abajo est en général inférieure de \$5 par mille à ce qu'elle était avant 1895. La perte réelle subie par les manufacturiers pendant la dernière saison est dans le voisinage de \$5 par mille; prenant en considération les prix énormément élevés payés pour la récolte 1907, la perte pour la saison qui vient sera d'au moins \$6 par mille, car le rendement a été calculé quelque peu en faveur du manufacturier.

Ces chiffres ne sont pas du tout exagérés, ils indiquent des faits réels et peuvent même être au-dessous du résultat réel à la fin de l'année. Le manufacturier, pour se protéger, devra augmenter ses prix de vente d'au moins 10 pour cent; il couvrira ainsi le coût de la production. S'il ne veut faire qu'un petit profit, ce à quoi il a droit, il devra augmenter ses prix de 15 à 20 pour cent. Cette augmentation, comme il a été dit, ne sera que temporaire, elle restera en vigueur jusqu'à ce que les conditions soient de nouveau normales, et, bien qu'il n'y ait pas encore eu d'action concertée, cette mesure devra être prise, quoique chaque manufacturier pris individuellement répugne à être le premier à l'adopter.

La récolte de la Vuelta Abajo sera plus forte cette année que l'année dernière; on dit toutefois que les manufacturiers de cigares de la Havane ne pourront disposer de la plus grande partie de cette récolte, au moins des deux tiers, que l'année prochaine au plus tôt, à cause de la texture épaisse de la feuille.

Bien qu'il soit de règle, dans les manu-

factures de cigares de la Havane, de ne travailler que juste assez pour remplir les commandes et de ne pas accumuler de stocks de réserve, il arrive que certains cigariers fassent un peu plus de cigares de certaines grosseurs qu'il ne faudrait, et ces cigares ont été beaucoup demandés par les importateurs des Etats-Unis, qui n'ont reculé devant aucune dépense pour en commander par câblegramme. Jusqu'au milieu de mai, toutefois, les exportations ont diminué de près d'un tiers en volume, relativement à la période correspondante de 1906, soit, en chiffres ronds, de 30,000,000 de cigares.

La sécheresse continue à la Havane, avec peu de signes de pluie, bien qu'à la campagne il ait un peu plu dans les districts de Vuelta Abajo et de Partido, ce qui a permis à beaucoup de "escojidas" de commencer l'emballage. A cause de sa qualité pesante, le tabac aura besoin d'un temps plus long pour subir la première fermentation en piles, et, pour cette raison, les recettes de la campagne ne sont encore que modérées.

AUX CULTIVATEURS DE TABAC

Le "Canadian Cigar and Tobacco Journal" publie une circulaire de M. T. Charlan, chef de la Division du Tabac au Département de l'Agriculture, adressée aux cultivateurs de tabac et que nous reproduisons ci-dessous :

Des articles publiés récemment dans les districts du Canada où la principale culture est celle du tabac, ont attiré l'attention des cultivateurs sur la probabilité d'une surproduction en 1907, et, en conséquence, sur une forte diminution des prix.

Une telle surproduction est spécialement à craindre dans le cas de certaines variétés, comme le Burley, par exemple. Les planteurs qui cultivent la variété Burley exclusivement devront être prudents. Il n'y a pas grand danger de surproduction dans le cas de tabacs clairs, comme la feuille Havana Seed et la feuille Comstock Spanish, etc.

A la fin de la saison dernière, la curiosité et l'intérêt d'un grand nombre de manufacturiers canadiens se sont portés sur des tabacs légers cultivés particulièrement dans les districts de Laval, Mont-

calm et Joliette. Le tissu des feuilles de ces tabacs était d'une qualité remarquable et on les vendait à un prix relativement élevé — de 9 à 10 cents la livre. La demande pour ce genre de tabac était très forte, et bon nombre de manufacturiers ont fait des arrangements pour s'assurer une très grande partie de la future récolte de ce tabac.

Il semblerait donc que le temps soit venu de conseiller aux producteurs canadiens de se mettre à la culture des tabacs légers, pour lesquels la demande augmente chaque année; à condition, toutefois, qu'ils aient un sol convenable, c'est-à-dire léger, fertile et bien drainé. Le rendement en poids de ces tabacs est égal à celui du tabac à texture épaisse. Mais il est nécessaire que les plants soient plus rapprochés et que l'ététagage soit fait de bonne heure, afin de permettre aux feuilles supérieures de se développer complètement. Le cultivateur ne doit pas laisser le tabac mûrir trop longtemps, s'il veut avoir un tabac doux avec un tissu élastique.

De bons résultats ont été obtenus de plants placés à une distance les uns des autres de deux pieds et demi par deux pieds, et aussi de vingt-huit pouces par dix-huit pouces. Ces distances pourraient être adoptées par les producteurs qui désirent entreprendre la culture de tabacs légers.

Quant aux variétés de tabacs légers, le Comstock Spanish et le Havana Seed Leaf ont été spécialement appréciés. La variété Connecticut Seed Leaf a donné de très beaux produits, quand les plants étaient placés à 2 pieds et demi par deux pieds les uns des autres dans un sol léger. Mais cette variété mûrit tard et il est difficile d'obtenir son séchage complet avant l'hiver.

EXPORTATIONS DE CIGARES DE LA HAVANE

Les deux tableaux suivants, dont les chiffres sont tirés des rapports officiels de la douane cubaine, indiquent le nombre de cigares qui ont été expédiés du port de la Havane dans toutes les parties du monde pendant la deuxième quinzaine d'avril et la première quinzaine de mai.

2e quinzaine d'avril

	Cigares
Etats-Unis.	2,212,616
Angleterre.	1,699,395
Canada.	605,750
Allemagne.	601,442
Espagne.	149,050
Autriche.	141,600
République Argentine.	83,798
Australie.	73,000
Belgique.	50,950
Bolivie.	42,800
Pays Africains.	36,500
Chili.	31,775
Pérou.	30,400
Vénézuéla.	22,000

Suisse.	17,500
Antilles anglaises.	17,400
Afrique anglaise.	14,000
Gibraltar.	14,000
Portugal.	12,075
Egypte.	11,900
Antilles hollandaises.	11,350
Mexique.	10,950
Brésil.	5,000
France.	2,500
Uruguay.	1,200
Norvège.	550

Total.	5,899,501
Du 1er jan. au 15 avril 1907	53,476,313

Total du 1er jan. au 30 avril 1907	59,375,814
Période correspondante l'année dernière.	85,348,524

Diminution	25,972,710
----------------------	------------

1ère quinzaine de mai

	Cigares
Etats-Unis.	1,267,315
Angleterre.	729,250
Canada.	202,350
Allemagne.	190,460
Chili.	96,985
Autriche.	90,500
République Argentine.	51,975
Bolivie.	50,531
Espagne.	48,350
Pérou.	36,000
Vénézuéla.	31,750
Belgique.	22,200
Panama.	16,800
Australie.	13,000
Pays africains.	10,000
Costa Rica.	6,850
Uruguay.	6,000
France.	6,000

Les Articles qui attirent la Clientèle Rapportent des Profits

Les cigares qui vous amèneront des clients doivent être de la sorte qui **satisfait** le fumeur—d'une marque de **qualité uniforme**. Il n'est pas profitable de mettre en stock des Cigares qui sont **presque tous** de première classe. Ils doivent **tous** être de première classe. Les :: :: :: ::

Cigares Hogen-Mogen et Royal Sport

sont **tous garantis**. Depuis des années ils occupent la **première place** sur le marché, parce que nous **avons établi** un **modèle de premier ordre** et que nous l'avons **toujours maintenu**.

Ces Marques Attirent la Clientèle et Procurent des Profits.

THE SHERBROOKE CIGAR CO., ——— Sherbrooke, Que.

Guatemala.	5,500
Chine russe.	5,500
Brésil.	4,625
Iles Canaries.	4,000
Antilles hollandaises.	1,250
Salvador.	500

Total. 2,897,691
Du 1er jan. au 1er mai 1907 59,375,814

Total du 1er janvier au 15
mai 1907. 62,273,505

Période correspondante, l'an-
née dernière. 92,539,851

Diminution en 1907. 30,266,346

LE COMMERCE DU TABAC A CUBA

Une étude du commerce du tabac à Cuba, pendant l'année 1906, étude faite par M. Max. J. Baehr, consul des Etats-Unis à Cienfuegos, révèle le fait intéressant que, bien qu'il ait été expédié aux Etats-Unis 469,882 livres de tabac en feuilles de moins en 1906 qu'en 1905, la différence de valeur entre les deux récoltes n'est que de \$29,893.

Voici, d'après "Tobacco", comment M. Baehr passe en revue ce commerce:

Ces chiffres montrent que, malgré une mauvaise récolte de tabac à Cuba, l'augmentation de prix contrebalance presque le déficit de production. Ils indiquent aussi d'une manière irréfutable qu'il y a, pour le tabac de Cuba, une demande, à laquelle il faut fournir, coûte que coûte.

On peut dire, avec la presque certitude de ne se pas tromper, que si la récolte diminue de moitié, les prix peuvent être haussés de manière à couvrir à peu près la perte.

Aux Etats-Unis spécialement, il semble y avoir pour le tabac de Cuba une demande qui doit être satisfaite à n'importe quel prix; mais les autres pays augmentent rapidement leur production de tabac.

Les Pays-Bas, par exemple, ont exporté aux Etats-Unis, en 1905, 371,656 livres de tabac de Sumatra et, l'année dernière, ces exportations ont été portées à 561,317 livres. Le Canada a presque triplé son commerce de tabac avec les Etats-Unis en un an, et l'Asie a expédié, en 1906, 118,737 livres de tabac turc, contre 94,198 en 1905.

L'année dernière, l'Allemagne a expédié en Amérique 185,170 livres de tabac; c'est une augmentation de 81,322 livres. Le gain d'autres pays d'Europe est énorme; en un an, il a sauté de 61,066 à 364,958 livres.

C'est surtout le Mexique que Cuba devrait surveiller, à cause des conditions du climat et du sol, qui, en certains endroits, sont tout à fait semblables à celles qui règnent à Cuba. L'industrie du tabac au Mexique ne fait que commencer à dépasser les limites du territoire. En 1905, le Mexique n'a exporté aux Etats-Unis que 1,621 livres de tabac, tandis que, l'année dernière, il en a exporté 42,779. Si l'in-

dustrie du tabac au Mexique augmente chaque année dans cette proportion, cette industrie dépassera bientôt celle de Cuba.

Bien qu'en 1906 l'exportation du tabac en feuilles de Cuba ait été bien inférieure à celle de l'année précédente, Cuba a cependant exporté 253,404,493 cigares, quantité supérieure de 22,763,692 à celle qui a été exportée en 1905.

IMPORTATIONS ET EXPORTATIONS DU TABAC EN ANGLETERRE

Valeur totale des importations de tabac de toute nature de l'empire britannique: 1890, £4,652,000; 1895, £4,395,000; 1900, £6,490,000; 1901, £6,700,000; 1902, £7,642,000; 1903, £5,981,000; 1904, £6,436,000; 1905, £5,538,000.

Valeur totale des exportations de tabac de l'empire britannique: 1890, £536,000; 1895, £498,000; 1900, £616,000; 1901, £633,000; 1902, £623,000; 1903, £619,000; 1904, £807,000; 1905, £819,000.

QUAND LE TABAC ETAIT PROHIBE

Dans un article intitulé "Cigaret Papers," Joseph Hatton dit qu'il est étrange que l'Amérique, qui doit tant à la culture du tabac, ait été le pays où le fumeur a été le plus sévèrement persécuté.

Dans les premiers temps de la Nouvelle-Angleterre, les magistrats considéraient l'usage du tabac comme plus répréhensible et plus dégradant que la consommation excessive des spiritueux. On ne permettait la culture du tabac qu'en petites quantités, "par pure nécessité," pour son emploi en médecine et les vieillards seuls pouvaient s'en servir privément. Les ancêtres des Yankees de la Nouvelle-Angleterre n'avaient pas la permission d'en faire usage, ni d'en acheter dans une taverne. Aucun homme ne pouvait se servir de tabac en public, ni même chez lui devant des étrangers. Deux hommes ne pouvaient pas fumer ensemble. Le dimanche il était défendu de fumer à moins de deux milles d'une maison où se tenait une assemblée. Dans certains townships, un homme devait se procurer un certificat d'un médecin avant de pouvoir fumer.

DE L'EAU FRAICHE POUR LES FUMEURS

Le marchand entreprenant devrait, pendant la saison chaude, maintenir la fraîcheur dans son magasin et rendre celui-ci aussi attrayant que possible.

Des ventilateurs électriques sont employés dans beaucoup des plus grands magasins de cigares des grandes villes et, dans beaucoup de ces magasins, on trouve un appareil à rafraîchir l'eau, contenant de l'eau carbonatée, de l'eau de source, ou simplement de l'eau ordinaire

convenablement refroidie; on peut dire que les propriétaires de ces magasins trouvent que la somme dépensée pour cette installation leur rapporte de beaux bénéfices. Mais d'autre part, quantité de magasins de cigares, installés d'une manière moderne à d'autres points de vue, n'offrent pas cette commodité à leurs clients.

Le coût d'installation d'un rafraîchissoir est relativement faible, et cet appareil est susceptible d'augmenter le nombre des clients réguliers, quand le public sait qu'il peut toujours avoir de l'eau fraîche à boire dans un magasin.

Beaucoup de fumeurs aiment, quand cela est possible, se rincer la bouche avec une bonne gorgée d'eau, avant d'allumer un cigare et sont convaincus que leur cigare leur semble meilleur, quand ils peuvent le faire. Cette classe de fumeurs est beaucoup plus attirée par le magasin où ils trouvent constamment de l'eau froide que par celui où il n'y en a pas du tout.

L'INDUSTRIE DU TABAC ET DES ALLUMETTES EN FRANCE

M. Robert P. Skinner, consul général à Marseille, fournit les renseignements suivants concernant l'industrie du tabac et des allumettes en France, qui est un monopole du gouvernement:

Les importations de tabac en feuilles en France ont été, en tonnes, les suivantes pendant les deux dernières années:

Provenance	Importations générales		Importations spéciales	
	1906	1905	1906	1905
Etats Unis .	15,530	18,116	14,863	19,007
Algérie . .	3,627	1,864	3,403	1,701
Autres pays	13,476	14,111	6,075	9,666
Total . . .	32,633	34,391	24,341	30,374

Le dernier rapport concernant ce monopole couvre l'année 1905. Le prix payé en cette année pour le tabac de Maryland, de Virginie, du Kentucky et autres pays était en moyenne de \$16.58 par 220 livres (100 kilos). Le tabac en feuilles de Sumatra, de Java, du Levant, de la Havane, du Mexique et du Brésil coûtait en moyenne \$39.90 par 220 livres.

Le tabac en feuilles de Hongrie et d'As-trakan revenait à \$16.49 les 220 livres.

En 1905, les recettes du gouvernement français, pour la vente du tabac, se sont élevées à \$87,254,181; elles étaient, par rapport à 1904, en augmentation de \$673,724. Les dépenses se sont élevées à \$15,705,202, en diminution de \$228,708 sur celles de 1904. Les ventes au public ont été les suivantes: cigares, 5,685,147 livres; cigarettes, 4,968,299 livres; scaferlati, 62,694,889 livres; tabac à chiquer, 2,605,142 livres, formant un total de \$6,329,106 livres. La consommation moyenne par individu, en 1905, a été de 35,411 onces, dont 4,232 onces pour le tabac en

poudre et 31.79 onces pour le tabac à fumer et à chiquer.

En 1905, les recettes totales du gouvernement provenant de la vente des allumettes se sont élevées à \$6,398,157, en augmentation de \$114,212 sur celles de 1904. Les frais de vente s'élevaient à \$1,812,067, en augmentation de \$22,399 sur celles de l'année précédente. Le gouvernement français manufacture trois sortes d'allumettes: les allumettes soufrées ordinaires en bois que l'on peut allumer en les frottant sur n'importe quelle surface; les allumettes de sûreté en bois qui exigent d'être frottées sur une surface spéciale; les allumettes-bougies. En 1905, le gouvernement a vendu 39,794,495,740 allumettes pour la somme de \$6,846,092.

PRECAUTIONS A PRENDRE EN ETE

Les marchands de cigares devraient mettre en montre dans leurs vitrines peu de pipes dispendieuses et de marchandises de fantaisie, pendant la saison chaude. Si des articles de ce genre sont en étalage dans les vitrines, il ne faut pas les exposer à une détérioration possible plus longtemps qu'il n'est absolument nécessaire.

Cela nécessitera, bien entendu, des changements plus fréquents dans l'étalage; mais il vaut beaucoup mieux se donner un peu plus de peine sous ce rap-

port, que de risquer une perte sérieuse, faute de prendre les précautions nécessaires.

Chaque fois qu'un changement est fait dans l'étalage des vitrines, il faut essuyer avec soin les marchandises et les nettoyer avec un linge sec, avant de les mettre de côté.

On peut aussi prendre certaines précautions qui contribueront beaucoup à empêcher la détérioration par suite d'exposition aux rayons du soleil. En général, le marchand, dans son désir de montrer ses marchandises à la foule des passants, ne prend pas toujours le soin de les abriter du soleil. Les tentes peuvent être relevées le soir, laissant des pipes exposées aux premiers rayons du soleil, le matin. La négligence sous ce rapport conduit fatalement à une perte d'argent.

UTILITE DU VENTILATEUR ELECTRIQUE

Avec le retour des chaleurs, le ventilateur électrique se fait de nouveau remarquer dans beaucoup de magasins de cigares, surtout dans les grandes villes. Objet de luxe au début, il est considéré maintenant comme une nécessité dans beaucoup de magasins et il n'est pas douteux que, dans un établissement de détail de premier ordre, la somme dépensée pour

son installation et son fonctionnement rapportera un beau dividende.

Les ventilateurs électriques ne contribuent pas seulement dans une grande mesure au bien-être des commis de magasin, leur permettant ainsi de faire un meilleur service, quand la chaleur devient très incommode; ils procurent au magasin une atmosphère confortable, très agréable pour les clients, qui fait souvent que ceux-ci s'attardent dans le magasin par une chaude journée et font des achats plus importants que dans les circonstances ordinaires.

L'homme qui, par une chaleur excessive, passe de l'air surchauffé de la rue dans un magasin de cigares confortable où il y a de la fraîcheur, est sujet à être favorablement impressionné par le contraste et peut ne pas éprouver de hâte pour retourner à la chaleur peu confortable du dehors, surtout s'il peut trouver une excuse raisonnable pour rester. Cela le conduit naturellement à examiner les marchandises et donne au commis du magasin une occasion d'exercer sa diplomatie en dirigeant l'attention du client sur des marchandises qu'il désire particulièrement vendre.

Les ventilateurs électriques devraient être placés de manière à assurer la meilleure circulation d'air possible dans tout le magasin; les ventilateurs à double mouvement, quoique un peu plus dispen-

LES CIGARES

EMPORIUM A 10c.

— ET —

MONT PELEE A 5c.

Font leur chemin dans les meilleurs Hôtels et Restaurants. Les Tabacconistes soucieux de leurs intérêts les ont en stock.

Pourquoi ne tiendriez vous pas les deux Meilleurs Cigares pour le Prix? . . .

The Emporium Cigar Co.,
ST-HYACINTHE, QUE.

TELEPHONE BELL MAIN 4581

YOU JUST TRY



FABRIQUE PAR

L. N. HADD, 115 Rue St-François-Xavier
MONTREAL.

dieux que ceux qui envoient toujours le courant d'air dans la même direction, sont plus désirables à tous les points de vue et donnent beaucoup plus de satisfaction.

LA VENTE DES PIPES EN ECUME DE MER

Les pipes en écume de mer ayant reconquis leur ancienne vogue, le marchand entreprenant devra, dans son intérêt, essayer d'augmenter cette branche de son commerce; mais c'est une question qui exige un tact considérable.

Si la pipe en écume de mer que vous avez vendue sa colore bien, tout va bien, et l'acheteur est satisfait; mais si le contraire arrive, quand même il y a de la faute du fumeur, celui-ci blâmera le marchand qui lui a vendu la pipe. Faites donc tout en votre possible pour n'avoir pas de reproches. Vous pouvez garantir une pipe, si vous obtenez en échange un prix proportionné; mais vous devez dire à l'acheteur que vous ne pouvez pas garantir sa coloration qui dépend beaucoup de lui-même.

Afin d'aider à la bonne coloration de la pipe, prenez les précautions suivantes: avec un canif propre, grattez la cire qui est à l'intérieur du fourneau, en ayant bien soin de ne pas érafler l'extérieur; enlevez aussi la cire qui est souvent laissée au fond du fourneau, dans le canal court qui joint le canal principal du tuyau. Chassez alors en soufflant les morceaux de cire grattée et assurez-vous qu'il ne reste rien dans le canal, en tenant le fourneau de telle sorte que l'intérieur soit en pleine lumière et regardant d'un oeil dans le canal du tuyau; si ce canal n'est pas net, il peut être nécessaire d'y faire passer un fil métallique, après avoir dévissé le bout d'ambre, si possible. Ensuite ajustez le tampon. Examinez la pipe avec soin avant de la remettre à votre client.

Il est nécessaire de faire cette inspection finale avec soin, parce que beaucoup d'hommes ne sont pas soigneux et peuvent laisser tomber la pipe, en égratigner la surface ou l'ébrêcher; ces hommes sont souvent assez peu scrupuleux pour vous rapporter la pipe et vous dire qu'elle était endommagée avant qu'ils l'aient achetée.

D'autre part, la vis du bout d'ambre prend souvent du jeu après que le fumeur a fumé cette pipe quelquefois; ceci provient de ce que le ciment s'est quelque peu détérioré pendant que la pipe est restée en magasin, il s'amollit sous l'action de la salive et de la chaleur. Il faut alors faire une réparation gratuitement.

Plusieurs choses empêchent une pipe de se colorer convenablement. Si elle est restée longtemps en stock, la cire s'est desséchée; si la pipe a été exposée dans

la vitrine, la cire a blanchi, peut-être plus d'un côté que de l'autre. Alors, malgré toutes les précautions, la coloration est pâle, inégale et tachetée.

Il n'est pas nécessaire d'expliquer ces raisons au client, à moins que la pipe n'ait été achetée ailleurs. En tout cas, le remède consiste à appliquer une nouvelle couche de cire. Il est à présumer que le marchand n'a pas ce qui est nécessaire ni l'expérience voulue pour faire lui-même cette opération. Dans ce cas, il doit envoyer la pipe à un ouvrier dont la profession est de réparer les pipes; elle lui reviendra comme peinte, la ligne de démarcation de la coloration si parfaitement égale, qu'elle présente une apparence trop artificielle; mais quand cette pipe aura été fumée deux ou trois fois, la correction intense de la ligne sera altérée.

CIGARETTES AVEC BOUT EN TAFFETAS

La cigarette avec bout en liège a dû céder sa place à la cigarette munie d'un bout en soie. La cigarette réellement élégante est garnie à une extrémité de taffetas bleu Alice de la plus fine qualité et d'une teinte aussi bleue que celle d'un ciel clair. Les femmes qui fument portent ces cigarettes dans un étui formant combinaison avec un porte-monnaie. Cet objet a la dimension d'un porte-monnaie et peut être en or, en "gun metal," en argent oxydé ou en tout autre métal. Une des extrémités est munie d'un compartiment pour pièces de monnaie de deux grandeurs et ce compartiment a sa fermeture séparée. L'extrémité la plus large est munie d'un petit ressort orné de pierres précieuses, lequel, quand on le presse, soulève le couvercle et fait voir une provision de cigarettes.

PARTICULARITES DES GRAINES DE TABAC

Les graines de tabac sont excessivement petites; il y en a de 300,000 à 400,000 dans une once. Une grande proportion de ces graines ne germent pas. Quelques-unes sont stériles, d'autres ont une enveloppe très dure, qui offre trop de résistance à la pénétration de l'humidité. A la suite d'expériences très minutieuses, il a été établi que 75 pour cent au plus de graines de tabac cultivé avec le plus grand soin germent, tandis que, dans les circonstances ordinaires, une proportion beaucoup plus faible est utilisable pour l'ensemencement. Faisant la part des imperfections des graines, de l'ensemencement trop ou pas assez profond et des pertes par accidents, il faut au moins 35,000 graines pour une once de graines fraîches de tabac.

REVUE GENERALE

M. Charles H. Spreiser est depuis ce printemps, le seul propriétaire de la manufacture de cigares Granda Hermanos y Ca, de Montréal.

M. Spreiser est très connu dans le commerce des cigares à Montréal, car il a visité cette ville depuis de nombreuses années, dans les intérêts de MM. F. Miranda & Co., de New-York, marchands en gros de tabacs de la Havane.

ANNONCES ET RECLAMES

Les réclames intéressent le public si elles sont faites adroitement.

Ce sont des histoires instructives, amusantes ou excitantes, mais ce ne sont que des histoires.

Dans la réclame il ne peut pas être question de vente; elle ne peut contenir ni argument ni renseignement direct qui rapproche l'acheteur possible du vendeur. Tout essai fait pour y introduire ces éléments l'affaiblit, en tant qu'histoire et, par conséquent, en gêne l'effet. Si on persiste dans cette pratique, la réclame devient une annonce dissimulée, genre généralement méprisé.

L'annonce est essentiellement différente dans son but et dans sa facture. Son but est de faire vendre quelque chose. Elle fait donc ressortir directement les qualités de vente d'un article. Dans l'annonce, on emploie des arguments, des raisonnements et des gravures. L'annonce fait appel à ce que le lecteur a appris auparavant par la réclame et cherche à le persuader d'agir.

La réclame est importante. S'il est impossible de la faire figurer ailleurs, il faut bien la faire entrer dans l'annonce.

Mais les ventes résultent d'un appel direct fait par l'intermédiaire de l'annonce.

Avec un passif s'élevant à \$10,000, M. Charles Lalumière, marchand de tabac, 522 rue Ste-Catherine, a fait cession de ses biens au profit de ses créanciers. L'actif consiste en un stock de cigares, de tabac, d'articles pour fumeurs, d'accessoires de magasin, etc., le tout évalué à \$3,909. Les principaux créanciers sont: Mme E. Lamothe, demanderesse, \$5,700; Genin, Trudeau & Co., \$1,275; J. M. Fortier, Ltd, \$263.95 et Mme Charles Lalumière (contrat de mariage), \$1,500.

Un article quel qu'il soit ne saurait plaire à la clientèle s'il n'a des qualités réelles. "Emporium" cigare à 10 cents, et "Mont Pelée" cigare à 5 cents, ont assurément des qualités réelles puisque le public les demande chaque jour davantage. Les cigares de ces marques sont à tenir en stock, car s'ils donnent satisfaction à la clientèle, ils devront donner satisfaction au marchand; le marchand est toujours satisfait de la vente des marchandises qui s'écoulent rapidement comme les cigares "Emporium" et "Mont Pelée."

LA TENUE DE LIVRES

Conférence faite à l'Association des élèves teneurs de livres du Manitoba,
par F. C. S. Turner

La tenue de livres est l'art d'enregistrer les transactions commerciales en vue d'en constituer des archives permanentes indiquant l'effet de ces transactions sur la richesse.

La tenue de livres est donc le résultat des affaires qui peuvent être brièvement définies un échange de valeurs. Le désir de faire des échanges existe depuis les temps les plus reculés et se retrouve chez les peuplades primitives; le désir d'acquiescer ce qui est nécessaire et même ce qui constitue le luxe est reconnu comme une loi de la nature.

Dans toutes les transactions commerciales, il y a échange actuel ou différé de propriétés, de services ou d'autres choses représentant une valeur; ce fait est devenu le principe fondamental de la tenue de livres en partie double, qui doit enregistrer chaque transaction et son effet sur deux ou plusieurs parties intéressées. Par exemple, si une vente est faite au comptant, nous avons diminué notre stock de marchandises et reçu leur équivalent en argent. Si nous vendons à terme, nous ne recevons rien de tangible, mais notre client nous doit et nous le débitons.

Ecritures sous titres séparés

La règle simple citée quelquefois en ce qui concerne le doit et l'avoir, consiste à débiter ce qui entre et à créditer ce qui sort. Donc quand on vend des marchandises au comptant, on débite la caisse et on crédite le compte de marchandises. De même quand on débourse pour une dépense quelconque ou pour un service, on crédite le compte de caisse et on débite son propre compte.

On voit donc facilement qu'il faut enregistrer sous des titres séparés, non seulement les commodités que nous manipulons, comme l'argent, les marchandises, etc., mais aussi nos transactions avec les personnes avec qui nous faisons affaires et toutes nos dépenses.

Ces écritures sont appelées comptes et sont faites dans un livre appelé grand-livre (ledger). On voit par là que le grand-livre est le plus important des livres dont nous avons à nous occuper—tous les autres n'étant destinés qu'à préparer les entrées au grand-livre. Puisque pour chaque dette nous avons un crédit correspondant de la même somme, quand toutes les entrées ont été faites sur le grand-livre, ce dernier devrait se balancer, c'est-à-dire que le total du débit doit être égal au total du crédit.

Origine de la tenue de livres

Les principes décrits ci-dessus ont été réunis en un système méthodique par les marchands et les banquiers de Venise et de Gênes au quatorzième siècle, et on peut dire que la tenue des livres proprement dite date de cette époque, bien que des documents très intéressants datant des anciennes dynasties de Babylone et d'Égypte nous aient été transmis.

Ces documents ont trait en grande partie à la perception d'impôts sous forme de grain, de bétail, de tissus, etc., qui étaient employés pour défrayer les dépenses du gouvernement.

Le teneur de livres de Babylone faisait ses écritures avec un stylet sur de l'argile qu'il faisait cuire ensuite pour la conserver.

Les Égyptiens employaient des rouleaux de papyrus.

L'ancienne Grèce possédait un système très développé de comptes pour l'argent public, mais un historien dit que "si l'état confiait seulement un talent à quelqu'un, s'il employait dix moyens de contrôle, autant de sceaux et deux fois plus de témoins, il ne pouvait pas être sûr de l'honnêteté de cette personne." Les fonctionnaires publics étaient quelquefois obligés de faire graver leurs comptes sur la pierre et de les exposer en public.

L'ancienne Rome avait aussi des méthodes compliquées pour contrôler la perception des taxes et les dépenses; mais les écritures d'alors et jusqu'en 1200, ne sont pas strictement des écritures de comptabilité, mais simplement des memorandum de recettes et de dépenses.

Trois livres

Au quinzième siècle, vers 1494, un moine vénitien, Luca Paciola, écrivit le premier ouvrage connu sur la tenue de livres en partie double.

Dans cet ouvrage, Paciolo dit que trois livres sont nécessaires:

Un livre brouillard,

Un livre journal,

Un grand-livre.

Chaque transaction était inscrite au brouillard, puis portée au journal, où on la faisait figurer dans les comptes affectés par elle; enfin on l'inscrivait au grand-livre. Paciola dit, dans son traité, que le but de la tenue des livres est de fournir sans délai au commerçant des renseignements sur son actif et son passif.

Il est remarquable qu'il se soit écoulé un si grand nombre de siècles sans que ce système ait été amélioré. On voit même qu'en 1796 un auteur anglais recommandait la même méthode, désapprouvant même l'usage d'un livre de caisse séparé.

Dans la comptabilité moderne en partie double, de nombreux perfectionnements ont été apportés aux méthodes employées, surtout pour raccourcir le travail

des écritures et, en conséquence, obtenir une plus grande exactitude.

On ne considère plus comme nécessaire de faire d'abord toutes les entrées dans un brouillard, puis dans un journal.

Classification des transactions

On classifie maintenant les transactions et toutes celles qui affectent un même compte sont placées ensemble autant que possible. Par exemple, on emploie un livre de caisse où on enregistre tout l'argent reçu et tout l'argent payé. On inscrit ensuite au grand-livre sans passer par l'intermédiaire du journal.

Une entrée du côté débit du livre de caisse débite immédiatement le compte de caisse et le compte à créditer se trouve ainsi enregistré convenablement. Le compte de caisse se trouve ainsi éliminé du grand-livre et le livre de caisse devient le compte de caisse.

On a aussi coutume d'inscrire toutes les ventes à crédit sur un seul livre. Le total représente évidemment les ventes totales et est passé au crédit du compte de marchandises, ou compte des ventes du grand-livre, tandis que les clients individuels sont débités de la manière ordinaire. On évite de cette manière un grand nombre d'inscriptions. On peut s'y prendre de la même manière pour les achats, les billets et factures recevables et payables.

Le nombre de colonnes

Le premier livre journal n'avait qu'une seule colonne où on inscrivait les sommes d'argent. On a généralement coutume maintenant, dans le livre journal, le livre de caisse, etc., de faire entrer les items affectant le même compte dans des colonnes spéciales, pour abréger les écritures. Au lieu d'inscrire au grand-livre les items individuellement, on n'y inscrit que leur total.

En résumé, les perfectionnements apportés de nos jours à la tenue des livres sont les suivants:

10. Emploi des entrées primitives, comme intermédiaires pour l'inscription au grand-livre.

20. Classification des entrées primitives sous des titres différents, tels que livre de caisse, livre de ventes, livre de factures, livre de billets, etc.

30. Introduction de colonnes spéciales dans tous les livres, réduisant le travail d'inscription au grand-livre et facilitant la recherche des renseignements.

40. Meilleure classification des comptes et meilleure tenue du grand-livre.

50. Systèmes de livres à feuillets détachables.

Nous avons considéré les principes de la comptabilité en partie double et les méthodes de préparation des entrées au grand-livre, nous avons dit qu'il faut inscrire au grand-livre des comptes indi-

quant clairement toutes les transactions à mesure qu'elles se présentent.

Nous avons vu aussi que le grand-livre devrait toujours être balancé quand toutes les entrées y ont été faites.

Deux intérêts distincts

Il faut maintenant considérer autre chose dans la théorie de la tenue des livres. Dans tout commerce, il y a deux parties distinctes:

10. Le propriétaire et son capital.
20. Le commerce et l'emploi du capital du propriétaire.

Quand on commence un commerce, on y place du capital, c'est-à-dire que le propriétaire met de côté une certaine somme d'argent ou tout autre actif qu'il désire employer à ce commerce. Ce capital est par conséquent débité; le propre compte du marchand, qui peut être appelé compte du propriétaire, compte de capital, etc., est crédité, c'est-à-dire que le commerce lui doit la somme qu'il y a placée et, en tant que le commerce est concerné, le compte de capital est un passif ou une dette.

Objet en vue

L'objet d'un commerce est de faire un profit et l'objet de la tenue de livres est de montrer si on a fait des profits ou si on n'en a pas fait, et, dans le cas où il y a eu profit, de quelle manière ce profit a été réalisé.

Voyons les renseignements que peut donner le grand-livre, lequel, comme nous l'avons vu, contient un certain nombre de comptes, dans lesquels le doit et l'avoir sont balancés.

Les comptes offrant une balance de débit représentent ce que nous avons reçu ou ce pour quoi nous avons payé, et ceux de ces comptes qui sont réalisés sont connus sous le nom d'actif; les autres sont des pertes.

Les comptes offrant une balance de crédit représentent ce que nous avons donné ou ce qui a produit quelque chose. Les premiers sont un passif ou un débit, les autres sont un profit.

Il y a certains comptes qui ne peuvent figurer sous aucun de ces titres, par exemple, les comptes de statistique, tels que comptes d'achats et comptes de ventes. Ces comptes, comme leur nom l'indique, représentent, l'un, le total des achats, l'autre le total des ventes. Ces comptes réunis aident à former celui vers lequel nous devons nous tourner pour notre profit principal, celui qui peut être appelé compte de marchandises.

En ouvrant un commerce, le compte de marchandises est débité des marchandises en mains, s'il y en a. Si nous avons un compte de fret et de droits de douane, nous le transférons aussi. Nous avons maintenant le coût total de toutes les marchandises qui sont passées par nos mains. Nous inscrivons ensuite au côté

crédit la balance au crédit du compte des ventes. Mais nous avons encore un item à considérer. Toutes nos marchandises n'ont pas été vendues. Nous en faisons l'inventaire en les évaluant au prix courant, y compris le fret, et on en fait une entrée au côté crédit du compte de marchandises; cette opération est équivalente à une déduction faite au côté débit, ce qu'il faut que nous fassions réellement pour arriver au coût des marchandises vendues. Si le côté crédit du compte de marchandises est le plus fort, nous avons fait un profit d'autant, et ce profit est appelé profit brut.

Compte de Profits et Pertes

Il y a d'autres comptes qui représentent les profits et les pertes, tels que intérêt, salaires, dépenses générales, etc.; nous les réunissons sous un même titre: compte de profits et pertes. Les pertes sont inscrites, bien entendu, au côté débit, et les gains au côté crédit. La différence nette, si c'est un crédit, est le profit net qui appartient au propriétaire. Celui-ci a maintenant dans son commerce non seulement son capital, mais aussi son profit, et la valeur de ce commerce est accrue d'autant.

Examinons maintenant les comptes que nous avons tenus — ce sont tous soit un actif, soit un passif. Quand on les dispose en groupes, l'état qui en résulte est appelé feuille de balance. La différence entre l'actif et le passif, en dehors du capital placé, nous montre la valeur nette de notre commerce, qui correspond exactement au compte du propriétaire; ce qui montre que la feuille de balance représentant le compte d'affaires et le compte de profits et pertes, sont complémentaires l'une de l'autre.

Si l'étudiant peut une fois se faire une idée claire et concise des principes, de la pratique et des résultats de la tenue des livres en partie double, il aura fait un grand progrès dans l'étude de la comptabilité.

Comptabilité en partie simple

Quand des livres sont tenus d'une manière incomplète, on dit qu'ils sont tenus en partie simple. La loi du doit et de l'avoir y règne toujours, mais les comptes ne sont tenus que pour des personnes seulement. Parfois on tient d'autres comptes, mais simplement à titre de memorandum. Le livre brouillard et le livre de caisse sont d'habitude ceux où se font les entrées d'origine.

Les objections à la comptabilité en partie simple sont les suivantes:

10. Les inscriptions au grand-livre sont incomplètes; elles ne contiennent pas les renseignements nécessaires à la préparation d'un compte détaillé de profits et pertes.

20. Il n'y a rien pour empêcher les erreurs et les omissions d'inscriptions, com-

me le fait la balance dans la comptabilité en partie double. Inscrivez un débit comme crédit, ou négligez d'inscrire un débit, il en résulte une perte.

Pour reconnaître le profit ou la perte résultant de transactions, à une période quelconque, procédez de la manière suivante:

10. Préparez un état de l'actif et du passif. La différence est, naturellement, la valeur nette ou représente l'insolvabilité du commerçant.

20. Cherchez la différence entre la valeur nette actuelle et la valeur au début de la période considérée et vous avez le profit net ou la perte nette pour cet espace de temps.

Comme il a été dit plus haut, tout système incomplet de tenue de livres constitue une comptabilité en partie simple. Pour transformer un grand-livre tenu d'après ce système en un grand-livre tenu en partie double, procédez de la manière suivante:

10. Faites un inventaire et préparez un état de l'actif et du passif; la différence représente la valeur nette ou capital.

20. Préparez une entrée au livre-journal, débitant l'actif, créditant le passif et créditant un compte de capital de la valeur nette, qui balance l'entrée.

30. Ouvrez les comptes nécessaires qui ne figurent pas encore. Ouvrez également des comptes de dépenses, d'intérêt, etc., qui pourront être nécessités dans la suite.

MM. Meyer-Thomas Co., Ltd., fabricants de boîtes de cigares, ont jugé nécessaire, à cause de la forte augmentation de leurs affaires, d'acheter les deux lots adjacents à leur établissement, qu'ils utiliseront comme entrepôts. Ils ont aussi acheté six lots, connus sous le nom de succession Nichol, pour y mettre leur bois.

Pour le prix, un fumeur ne peut rien demander de mieux que "Hogen Mogen" à 10c. et "Royal Sport" à 5c. La qualité du tabac employé et la fabrication soignée de ces cigares en font des articles supérieurs à un prix modéré, c'est-à-dire des cigares que tout tabacconiste devrait avoir en stock. La vente en est profitable et continue.

Pendant l'année finissant le 31 mars 1906, on a importé à Trinidad 630,296 livres de tabac non manufacturé évaluées à \$54,835. Environ 95 pour cent de ce tabac provenait des Etats-Unis, principalement de la Virginie et de la Louisiane. Les importateurs préfèrent recevoir ce tabac en demi-hogsheads et en quarts de hogshead. Le droit perçu est de 30 cents par livre. Ce pays a aussi importé dans la même période 149,435 livres de cigares et de cigarettes et d'autre tabac manufacturé. Une quantité considérable de tabac à fumer en boîtes de fer-blanc et de cigarettes en petites boîtes du même métal est aussi importée d'Angleterre.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA			Durham —		En tins, 1/8s....		1.05
Cigarettes.			En sacs, 1/12s, btes 5 lbs..		Pqts, 1/4s, btes 6 lbs..		.95
Par mille			En sacs, 1/6s, btes 5 lbs..		En jares, 1 lb....		1.06
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00		En drums, 1 lb....		Tabacs Ogden		La lb.
Pet, 1/10..	12.00		Unique —		Beeswing —		
Sweet Caporal, en boîtes de 10....	8.50		Pqts, 1/15s, boîtes 5 lbs..		Tins décorées, 1s		1.10
Athlete, boîtes de 10 ou pqts 10s	8.50		Pqts, 1 lb, boîtes 5 lbs..		1/2 lb. tins, 4 lb. cartoons, . .		1.15
Old Judge, en boîtes de 10s..	8.50		Pqts, 1/2 lb, boîtes 5 lbs..		1/4 lb. tins, 4 lb. cartoons . .		1.18
Majestic, 20s..	8.25		Lord Stanley — tins, 1/2 lb..		1-8 pcks. 1 lb. cartoons . . .		1.18
New Light, [tout tabac] 10s..	8.50		Hand Out Virginia — tins, 1/4 lb..		1-16 pcks. 1 lb. cartoons. . .		1.25
Sub Rosa [tout tabac]	8.50		Duke's Mixture —		Ogden's Navy Mixture —		
Derby en pqts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55		Pqts, 1/10 lb, cartoons 2 lb..		1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.		1.26
Old Gold, 6s (600) 3.78; 1/10s..	6.30		Perique Mixture —		Turret Navy Cut —		
Prince, 7, [700] 4.02; 10s..	6.75		En tins, 1 lb. et 1/2 lb....		1/4 lb. tins, 5 lb. cartoons.		
Sweet Sixteen, pqts, 7s, 4.02; 10s.	5.75		Athlete Smoking Mixture —		Mild		1.36
Murad, Turques, bouts en papier	12.00		1/2 and 1/4 lb. tins....		Medium		1.22
Mogul, Turques, bouts en papier	12.00		Pure Perique —		Full		1.22
ou en liège	12.00		1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.		1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
Mogul Magnums, bouts en papier.	16.00		St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins &		Mild		1.40
Ramleh, turques, 1-10, bouts liège	17.00		1/10 sacs....		Medium		1.26
ou huilé	17.00		P. X X X —		Full		1.26
Dardanelles [Turques] bouts en	12.50		1 lb. tins....		1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
papier 12.25, en liège ou argent.	12.50		1/2 lb. tins....		Mild		1.50
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00		1/5 tins....		Medium		1.32
Yildiz Magnums, Bouts en papier,	20.00		Handy Cut Plug —		Full		1.32
en liège ou en or, 10s. et 100s.	5.83		1/5 pouches, 5 lbs boxes.		Tabacs américains à fumer		La lb
Virginia Brights, bte de 600, 3.50 .	7.00		1/2 lb. jars..		Pride of Virginia —		
High Admiral, 10s....	5.75		Old Virginia —		1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons .		1.36
Gloria, 7s [700] 4.02; 10s..	12.00		1 lb. tins....		Old English Curve Cut —		
Guinea Gold..	12.50		1/2 lb. tins....		1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons.		1.32
Otto de Rose, 10s..	1.00		1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes..		Bull Durham —		
Tabacs à cigarettes.	La lb.		1 lb. & 1/2 lb. pcks, 5 lb. boxes..		1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb.		
B. C. No 1, pqts, 1/12, btes 5 lbs..	1.00		Morning Dew Flake Cut —		cartoons..		1.25
Puritan, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		1-10 pcks, 5 lb. boxes..		Duke's Mixture —		
Athlete, paquets ou boîtes, 1-12,	1.05		1-6 tins....		1-10 bags, 5 lbs. cartoons . .		1.08
boîtes 5 lbs.95		1/2 lb. tins....		Richmond Gem Curly Cut —		
Derby, en tins, 1/4s....	1.20		1-5 bags....		1-8 pcks., 5 lbs. cartoons		1.43
Vanity Fair, pqts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.00		Blue Star —		1-4 pcks., 2 lbs. cartoons . . .		1.60
Sultana, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	.96		1-12 pcks, 5 lb. boxes.		Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —		
" 1/2 & 1 lb, pqts, btes 5 lbs.	1.00		Favorite — 1/2 lb. tins....		1 lb. pcks., 5 lb. drums		1.22
Gloria, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	.85		Champaign Cut Plug —		Tabacs américains à chiquer plugs		
Southern Straight Cut, paquets,	1.45		1-10 pcks, 5 lb. boxes....		Battle Ax — 12 lbs caddies . .		.86
1/12s, btes 5 lbs..	1.15		1-5 tins....		Piper Heidsieck—10 lbs caddies		1.20
Old Judge, pqts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.00		1/2 lb. tins....		Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.		1.15
Sweet Caporal, pqts 1/13s, btes 2	.88		Khaki —		Horseshoe — 12 lbs. caddies . . .		0.99
lbs....	.85		1-5 tins....		THE EMPIRE TOBACCO COMPANY		
Houde's Straight Cut No 1, pqts,	1.00		1/2 lb. tins....		Tabacs à chiquer.		
1/12s, boîtes 5 lbs....	1.00		1-10 pcks, 5 lb. boxes....		Bobs, 5s., Cads 21 lbs., 1-2 Cads,		
Dufferin, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		Red Star —		12 lbs.		38
Le Caporal, pqts, 1/12s, btes 5 lbs	1.35		1-12 pcks, 5 lb. boxes....		Bobs, 10s., Butts, 24 lbs, 1-2 Butts,		
Harem [Turque], pqts, 1/16s, btes	1.92		Sweet Bouquet —		12 lbs.		38
5 lbs....	1.00		1/2 lb. tins....		Bobs Bars, 5 3-5 cuts to the lb.,		
Kiosk [Turque], paquets, 1/16..	1.00		Maryland —		1-2 Butts, 10 lbs.		38
Tabacs coupés à fumer.	La lb.		1-12 pcks, 5 lb. boxes....		Currency Bars, 9s., 10 cuts to the		
Old Chum —	1.00		1/4 lb. tins....		lb., Butts, 25 lbs., 1-2 Butts,		
En tins, 1/6s....	.85		Gold Star —		12 1-2 lbs.		38
En tins, 1/2 lb....	.85		1-10 pcks, 5 lb. boxes....		Currency Navy, 2 x 4, 5 1-2s. to lb.,		
En tins, 1 lb....	.85		M. P. [Perique Mixture].		1-2 Butts, 11 1-2 lbs.		38
Pqts, 1/10s. btes 5 lbs....	.88		1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes..		Currency Navy, 10s., 1-2 Cads, 12		
En sacs, 1/5s., btes 5 lbs.85		Houde's Celebrated Mixture —		lbs.		38
Puritan Cut Plug —	.85		1-8 tins....		Stag Bars, 5s., Butts, 16 lbs. . . .		38
Pqts, 1/11s, boîtes 5 lbs..	.85		Gold Crest Mixture —		Old Fox, 12s, butts 24 lbs, 1/2 butts		
En tins, 1/2 et 1/4 lbs.93		1/4 & 1/2 lb. tins....		12 lbs.		48
En tins, 1/5s....	.83		Gold Dust —		Pay Roll, 10 1/2 oz. bars, 5 cuts to		
En tins, 1 lb..	.95		1-10 bags, 5 lb. boxes....		the bar, 7 1/2 cuts to lb, butts 20		
Full Dress —	.82		1-12 bags, 5 lb. boxes....		lbs.		56
En tins, 1/5 et 1/2 lbs..	.84		A. T. C. Mixture à fumer —		Pay Roll, 2 x 3, 7 to lb, 22 lbs.		
Meerscham —	.92		En tins, 1/4 lb.		cads & 12 lbs 1/2 cads.		56
Pqts, 1/10s. btes 5 lbs..	.80		En tins, 1-8 lb.		Pay Roll, 6 1/2 oz. bars, [thin]. 7 1/2		
En tins, 1/2 lb....	.80		Social Mixture		spaces to the lb. boxes, 5 lbs..		56
En sacs 1/5 btes 5 lbs95		Pqts 1-10 btes 5 lbs		Moose, 14 1/2 oz. Bars, 5 cuts to bar,		
Ritchie's Smoking Mixture.	.71		En tins, 1-2 lb.		5 1/2 cuts to lb., 1/2 butts, 8 lbs.		40
Pqts, 1/10s. boîtes 5 lbs..	.80		Seal of North Carolina —		Tabacs à fumer.		
En tins, 1/4 lb..	.80		En tins de 1/2 et 1/4 lbs....		Empire, 5s., 10s.		36
Ritchie's Cut Plug —	.80		En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs....		Rosebud Bars, 6s., Butts, 20 lbs.,		
Pqts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs..	.95		1/12, 1/8 & 1/4s, pqts, btes 5 lbs		Boxes, 5 lbs.		45
Cut Cavendish —	.80		Old Gold —		Amber, 8s, and 3s....		60
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80		1/12s et 1/8s, pqts, btes 5 lbs..		Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 17 lbs. butts..		50
					Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 8 1-2 lbs. 1-2		

Butts	50
Hudson, 8s cads, 20 lbs.	53
Pacific, 8s cads, 20 lbs.	53
Starlight, 1½ x 4, 7s, 8½ lbs., ½ butts	50

THE B. HOUE CO., LTD., QUEBEC

Cut Smoking Tobaccos

Trappeur —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes	\$.32
1-12 bags, 5 lbs. boxes48
1-2 and 1 lb. pcks.30
Comfort —	
1-8 bags, 5 lbs. boxes32
1-10 bags, 5 lbs. boxes40
1-12 bags 5 lbs boxes48
Casino —	
1-6 pcks. 5 lbs. boxes24
1-2 and 1 lb. pcks.20
O. K. No. 1 —	
1-7 tins to lbs. wooden boxes56
1-6 pcks. 5 lbs. boxes50
O. K. Mixture —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Herse Shoe Solace —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes43
1-2 and 1 lb. pcks.41
1 lb. pck. with pipe inside pcks.13
1-2 lb. tins43
Gold Block —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-12 and 1-6 bags, 5 lbs. boxes50
Brown Shag —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.38
Signum Cut Plug —	
1-12 bags, 5 lbs. boxes43
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 lbs. pcks.33
1-7 tins 10 lbs. wooden boxes56
1-2 tins48
Carillon (for Smoking and Chewing).	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
Cemo —	
1 lb. pck. with pipe inside pcks.33
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
Lion Brand —	
1-12 (paper bags), 5 lbs. boxes45
Calabresse —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Houde's No. 1 —	
1 lb. pck. with pipe inside pcks.44
1-6 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.39
Micmac —	
1-10 (paper bags), 5 lbs. boxes30
Houde's Fine Cut —	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Hudson —	
1-12 pcks. 3 lbs. boxes52
1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Golden Leaf —	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes48
1 lb. tins54
1-2 lb. tins58
1-4 lb. tins65
Rainbow —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes70
1-2 lb. tins73
1-4 lb. tins78
1-5 lbs. bags, 5 lbs. boxes78
Cremo —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes52
Natural Cut Smoking Tobaccos	
Parfum d'Italie —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes43
Mon Ami (Pure Quesnel) —	
1-8 pcks. 3 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.50
Red Cross —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 pcks.40
1-7 bags, 5 lbs. boxes55
Tiger —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes32
Montcalm —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes30

1-4, 1-2 and 1 lb. pcks.	30
Zeuave —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes	31
1-2 and 1 lb. pcks.	30
Encore —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes49
1-2 and 1 lb. pcks.38
1-6 bags43
Rouge & Quesnel —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes38
1-5-1-2 and 1 lb. pcks.35
Mon Plaisir —	
1-9 pcks. 2 and 5 lbs. boxes70
Quesnel —	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.40
Houde's Best one Dollar Mixture —	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.80
Geld Cross —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. pck.50
Napoleon —	
1-10 pcks. 4 lbs. boxes49
1-2 and 1 lb. pcks.35
Blue Cross —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
1-2 and 1 lb. pcks.30
Golden Broom —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
1-2 lb. pcks.31
Houde's Sixty cents. —	
1-7 pcks. 5 lbs. boxes50

Cigarette Tobaccos

Rugby —	
1-8 (slide-boxes), 5 lbs. boxes62
1-14 pcks. 5 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.60
Petit Bleu —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. foil pcks.40
L. L. V. —	
1-2 lb. foil pcks.36
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Petit Poucet —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes43
Le Petit Jaune —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Tri Color —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55
Swoboda —	
1-9 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes64
Carlo —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55
Fine Cut Chewing	
Chocolate Fine Cut —	
1 lb. tins60
Plug Chewing	
Spun Roll —	
1-16 1 lb. boxes60
Natural Pressed Cut	
Original —	
1-4 lb. pcks. 5 lbs. boxes60
Sliced Plug Cut	
Transfer —	
1-7 (slide boxes), 5 lbs. boxes50
Atlas —	
1-6 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes44
Alice —	
1-7 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes52
Bamboo (Curved Cut.) —	
1-10 tins, 3 lbs. boxes73

CIGARETTES

Pearls —	par 1000
10s with mouth pieces 500 par bte	4.90
Dufferin —	
10s 500 par boîte	4.50
Cadet —	
10s 500 par boîte	4.00
Landry's Light Snuff —	Kegs ou Jars
Rose No. 128
Merise28
Rose extra32
Macaba34
Scotch, (1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48
Grand'Mère 1-16 boxes55

Houde's Dark Snuff —	
Natural39
Rose No. 130
Rose & Bean30
Rose Extra32
Merise30
Macaba37
Scotch (in 1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares	Le mille
Three Little Champions for 5c.	1/5.... 12.50
Côte's Fine Cheroots.	1/10.... 15.00
Quebec Queen.	1/20.... 15.00
V. II. C.	1/20.... 25.00
My Best.	1/20.... 25.00
Doctor Faust.	1/20.... 28.00
Doctor Faust	1/40.... 30.00
St-Louis [union].	1/20.... 33.00
Martin [union].	1/20.... 35.00
Havana Seconds	1/20.... 35.00
Champlain	1/20.... 35.00
V. C. [Union].	1/20.... 36.00
Martha [union].	1/20.... 55.00
El Sergeant Premium	1/40.... 55.00
El Sergeant R. V. C.	1/10.... \$60.00
J.C. Cl. Havane, Puritanos 1/20.	75.00

Tabacs Canadiens en feuilles

Balles de 25 et 50 lbs.

Connecticut B. 25 et 50	1905	0.13	0.14
Grand Havane B 25 et 50	1905	0.13	0.14
Parfum d'Italie A.	1905	0.00	0.30
Belgique	25s.	1905	0.00 0.25
Petit Canadien	1904	0.00	0.25
Petite Plug 1-6	1905	0.10	0.12
Quesnel A. M.	1905	0.00	0.39
Rôle J. C., No 40, 1-4	1905	0.00	0.32
Rouge A.	1905	0.18	0.20
Rouge G.	1900	0.18	0.20
Rouge Quesnel A.	1904	0.00	0.25
Spread Leaf, Rouge	1905	0.15	0.16
S. Nouveau	1905	0.00	0.15
Petit Havane	1905	0.18	0.20
S. Vieux	1904-1905	0.16	0.17

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs.	48
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs.	48
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs.65
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs.60
Quesnel, 1/2, quantité à volonté.60
Côte's choice mixture, 1/4 tin.75
Côte's choice mixture, 1/2 tin.70
Côte's choice mixture, 1 lb.65
Tabac en poudre: Rose, 32 cts.; Rose et Fève, 32 cts; Fève, 32 cts; Rose Extra, 34 cts; Râpé, \$1.25; Macaba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 32 c.	

THE EMPORIUM CIGAR CO., SAINT-

HYACINTHE

Cigares	Le mille
Club House.	1/20.... \$20.00
Le Petit Gars.	1/20.... 22.00
Little Perfectos.	1/20.... 26.00
El Maska.	1/20.... 25.00
Red Bluff	1/20.... 25.00
La Captiva	1/20.... 25.99
The Good Ones.	1/20.... 28.00
Our Leader.	1/20.... 28.00
Peruna	1/20.... 35.00
Mont-Pelée.	1/20.... 35.00
Sir George.	1/20.... 55.00
Representative	1/20.... 45.00
Emporium.	1/20.... 55.00
Emporium	1/40.... 60.00
Our Clear Havana	1/20.... 55.00
La Pedida	1/20.... 60.00
El Corso.	1/20.... 70.00
La Pededa	1/10.... 90.00
Los Angeles	1/40.... 100.00

DEMANDEZ LES FAMEUX CIGARES

St-Louis } à 5c
Champlain }
El Sergeant à 10c

JOS. COTÉ

**Importateur et Marchand
de Tabac en Gros**

Bureau et Salle d'Echantillons : = = 188 Rue St-Paul

Entrepot : = = = = 119 Rue St-André

PHONE 1272

Succursale : = = 170 Rue St-Joseph, St-Roch

PHONE 2007

==QUEBEC.==



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumé.

"LANCET."

MONTREAL

VOL. VI



AOUT 1907

No 8

LIQUEURS ET TABACS

LIQUORS & TOBACCOS

Essayez le Nouveau Cigare

**FORTIER'S
CLEAR
HAVANA**

Fait des Meilleurs Tabacs de la Havane par des Cubains.

MANUFACTURE PAR

J. M. FORTIER, Limitée, MONTREAL.

MAISON
FONDÉE en 1827

SCOTCH WHISKY DE ROBERTSON

LA MARQUE
La plus ANCIENNE



SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

JOHN ROBERTSON & SON, Ltd., - Distillateurs à Dundee, Ecosse

BUREAUX AU CANADA:

MONTREAL, 41 rue des Communes
(Bureau Principal)
WINNIPEG, 315 Avenue William
VANCOUVER, coin des rues Richard et Hastings

SEULES AGENCES:

MOET ET CHANDON, Champagnes
J. H. DENIS MOUNIÉ, Cognac
D. GONI FEUERHEERD & Co., Sherries
D. MATT FEUERHEERD & Co., Vins de Port

Gerant Général: HENRY O. WOOTTEN
Gérant à Montréal: GEO. W. DOW
Secrétaire: JAMES SOUTAR

LIQUEURS

LIQUEURS ET TABACS—Revue Mensuelle publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2547, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance. France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur **un avis par écrit**, adressé au **bureau même** du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit : **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.
Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, AOUT 1907

No 8

Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal : : :

Incorporée en Juin 1884.

VICTOR LEMAY
Président.

L. A. LAPOINTE
Secrétaire.

DIRECTEURS :

H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARITEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES,
LAWRENCE A. WILSON
L. ETHIER, A. BLONDIN.

Prés. Hon.



JAS. MCCARREY
Vice-Prés.

VICTOR BOUGIE
Trésorier.

AVISEURS :

Maire H. A. ETERS,
M. MARTIN, M. P.
Ech. C. ROBILLARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE, Ex-Maire
J. M. WILSON,
J. M. FORTIER,

Licensed Victuallers' Association of Montreal : : : :

Incorporated June, 1884.

Aviseur Légal : M. J. L. PERRON,
Auditeurs : F. A. CHAGNON et DAN. DAIGNEAULT.

TELEPHONES : { Bell Main 4187,
Des Marchands 621

Bureau : 66 Rue St-Jacques.

AUX MEMBRES

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que, jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association pour l'année 1907, à savoir :

BRASSEURS — BREWERS

MM. Dawes & Co.
" Wm. Dow & Co.
" J. H. & R. Molson, Bros.
Canadian Breweries, Ltd.

Agents de Brasseries—Brewery Agents.

MM. J. W. Moffat, (Labatt's).
" F. Paquette.
" Geo. Sorgius.

Mfrs d'Eaux Gazeuses — Aerated Water Mfrs.

MM. C. Robillard & Cie.
" T. E. Truesdell (Chs. Gurd & Co.)
" J. Christin & Cie.

VINS ET LIQUEURS—WINES & LIQUORS

MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited.
" F. X. St. Charles & Cie.

TO MEMBERS

Sirs,—I have the honor to inform you that up to date the following Business Firms and affiliated members are in good standing with the Association for the year 1907, viz :

Extraits de Bœuf, etc.—Beef Extracts, etc.

MM. Bovril Limited—Fluid Beef.
" Colonial Fluid Beef.

COMPTABLES—ACCOUNTANTS

MM. Alex. Desmarteau.
" F. X. Bilodeau.

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

MM. Médéric Martin.
" W. R. Webster & Co. (Sherbrooke).
" L. O. Grothé & Cie.
" S. Davis & Sons.
" P. Chaput, (La Champagne).
" V. Forest.

MM. Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd.
 " F. Arpin & Cie, Marieville
 " Meagher Bros. & Co.
 " D. Masson & Cie.
 " J. M. Douglas & Co, (a'ts, John Dewar & Sons, Ltd)
 " Boivin, Wilson & Cie.
 " Hudon, Hébert & Cie, Ltée.
 " Laporte, Martin & Cie, Ltée.
 " L. Chaput, Fils & Cie.
 " Wm Farrell, Ltd.
 " N. Quintal & Fils.
 " Gillespies & Co., (Agt., E. W. Parker.)
 " H. O. Wootten, Mgr (J. Robertson & Son, Ltd.)

DISTILLATEUR — DISTILLER

M. H. Corby, Belleville, Ont.

EMBOUTEILLEUR — BOTTLER

M. John Bishop.
 " Thos. Kinsella.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction d'exiger le paiement des contributions de 1907 et des arrérages dus à l'Association. En conséquence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés d'en faire parvenir le montant au Secrétaire aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,

Votre obéissant serviteur,

L. A. LAPOINTE,
Secrétaire.

DIVERS — MISCELLANEOUS

MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
 " Edouard Biron, Notaire Public.
 " Otto Zepf, Mch. de Bouchons
 " Cousineau, Raymond & Hall, Agts. d'Imm.
 " A. P. Pigeon, Imprimeur.
 " Alfred Richard, Maître Boucher.
 " Thos Burdett, Pompes à Bière, etc.
 " C. E. Thibault, Ent. Plombier.
 " E. Lafond, Fleuriste.

MARCHANDS — MERCHANTS

MM. Siméon Beaudin, Valleyfield.
 " H. H. Guay, Victoriaville.
 " J. O. Girard, Fraserville.
 " L. Bécigneul, Lac Mégantic.

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

FEES ARE NOW DUE

I have received instruction from the Board of directors to collect the fees of 1907 and arrears due to the Association. Consequently those who have not yet paid are requested to send in the amount to the Secretary, as soon as possible.

I have the honor to be, Sir,

Yours truly,

L. A. LAPOINTE,
Secretary.

ASSEMBLEE DU BUREAU DE DIRECTION DE L'ASSOCIATION DES COMMERÇANTS LICENCIÉS DE VINS ET LIQUEURS DE LA CITE DE MONTREAL.

A une assemblée du bureau de direction tenue le 10 juillet, sous la présidence du président, M. Victor Lemay, étaient présents:

MM. Jas. McCarrey, V. Bougie, Naz. Gauthier, A. J. Ayotte, Jos. Bariteau, E. Massé et le secrétaire.

Les minutes de la dernière assemblée sont lues et ratifiées.

Les correspondances suivantes sont soumises et lues: De M. H. H. Guay, Re licence; de M. B. N. Naylor, Re Excursion.

Proposé par M. V. Bougie, secondé par M. Naz. Gauthier, que les personnes suivantes soient admises membres de l'Association:

MM. St-Denis & Frère, hôtelier, 85 Manufactures; S. Abrahamson, hôtelier, 1141 Notre-Dame Ouest; J. O. Bastien, hôtelier, 212 Delisle; Léopold Petit, hôtelier, Sorel; Alphonse Archambault, hôte-

telier, 209 McGill; Jos. Dupré, hôtelier, St-Ours.—Adopté.

Soumise et lue une lettre du président M. Victor Lemay, offrant à l'occasion des Courses à Trois-Rivières, devant avoir lieu jeudi, le 18 courant, un billet complémentaire aux membres de l'Association à bord du bateau "Trois-Rivières", notifié pour la circonstance.

Résolu sur proposition de M. Jas. McCarrey, secondé par M. Naz. Gauthier, d'accepter cette offre généreuse et que le secrétaire reçoive instruction de faire parvenir ces billets aux membres de la ville et de la banlieue.

Le secrétaire soumet un projet de requête au Conseil de Ville au sujet de la fermeture des bars le samedi soir.

Plusieurs comptes sont adoptés, puis l'assemblée s'ajourne.

LIQUEURS DE MARQUE ET LIQUEURS EN FUTS

Il est un point dont nous avons déjà parlé et sur lequel les commerçants en gros du commerce de vins et liqueurs in-

sistent beaucoup. On nous demande d'y revenir.

Il s'agit du remplissage des bouteilles de liqueurs, cognacs, gins, etc... de marques bien connues avec des liquides similaires, mais d'un prix moindre et d'une qualité souvent très inférieure à l'article original ou standard, achetés en fûts.

Le commerçant qui ne donne pas à son client la marque de liqueur que celui-ci désire ne se doute pas toujours du tort qu'il se fait à lui-même.

S'il est vrai qu'il y a plus de consommateurs que de connaisseurs, il n'est pas moins vrai également que les consommateurs ne manquent pas et qu'un consommateur trompé est un client perdu. Sans être de vrais connaisseurs, beaucoup de consommateurs ont l'habitude d'une marque; leur palais s'est familiarisé avec le goût particulier que possède la liqueur de la dite marque qu'ils préfèrent à toute autre et on ne peut les tromper, si on leur donne autre chose que ce qu'ils ont demandé.

Il ne se vend pas en fûts que des li-

LE WHISKY DE **DEWAR**

se vend plus abondamment
qu'è jamais. On peut l'obte-
nir de tout marchand de
Gros, Jobber et Détaillant de
premier ordre. Le Whisky
qui occupe le premier rang
partout où vous allez !

queurs de qualité inférieure; il s'en vend même d'excellentes et elles reviennent moins cher au gallon que les marchandises embouteillées; les étiquettes, les paillons, les bouteilles, les bouchons, les caisses et la main-d'oeuvre d'embouteillage, d'étiquetage, de bouchage et d'emballage ont une valeur qu'il faut payer en achetant les marchandises en caisses.

A qualité égale un même volume de liqueur coûte moins cher en fût qu'en bouteilles, on peut donc donner au client une liqueur d'excellente valeur. Admettons qu'un hôtelier à qui on demandera une marque spéciale de cognac, par exemple, ait rempli une bouteille portant l'étiquette de cette même marque, avec un cognac d'une autre maison et d'une qualité même supérieure, est-il certain de donner satisfaction à son client? Nullement, parce que généralement son client est familier avec la marque qu'il a demandée et il ne reconnaîtra dans le cognac présenté ni le goût, ni la saveur, ni l'arôme auxquels il est habitué.

Il est de bonne politique dans tous les genres de commerce de donner satisfaction à son client et il est facile de le satisfaire en lui donnant exactement ce qu'il demande.

Quand un hôtelier a d'excellent cognac en fût, pourquoi ne le ferait-il pas connaître à sa clientèle? Il peut même ainsi se créer une clientèle spéciale, mais qu'il mette plutôt ce cognac dans de jolies carafes, au lieu de le servir dans des bouteilles portant l'étiquette de la maison X. ou de la maison Z. Et si le client veut absolument la marque Z. qu'il lui donne la marque Z. d'origine et non un article de substitution, son commerce ne pourra qu'y gagner.

On a tellement abusé de ce genre de substitution que certains consommateurs pour être sûrs de ne pas être trompés, exigent qu'on ouvre devant eux la bouteille pleine. D'autres, dans la même crainte, ne mettent plus guère les pieds dans un bar et achètent leurs liqueurs chez l'épicier pour les consommer à la maison.

Tous les propriétaires d'hôtels et de restaurants n'agissent pas ainsi; il en est qui ne servent absolument que ce que demande le client et ils y trouvent leur compte. Ils se font ainsi une réclame aussi peu coûteuse que profitable. Elle est à la portée de tous.

LES TOURISTES A MONTREAL ET LES HOTELS

Pendant la saison des voyages, des déplacements, c'est-à-dire de fin juin au commencement de septembre, il est rare qu'à Montréal les hôtels ne se voient pas dans l'obligation de refuser des voyageurs, faute de place.

Les compagnies de transport disent que

cet état de choses, nuisible au commerce de Montréal, est également nuisible à leurs propres affaires.

Un plus grand nombre de touristes nous viendraient, chaque année, assurément, si nos amis les Américains ne savaient qu'en venant, ils risquent de ne pas trouver à se loger dans un hôtel où ils n'auraient pas tout le confort auquel ils sont habitués.

Cette année encore, beaucoup de touristes ne peuvent être logés dans les hôtels de premier ordre tellement l'affluence des visiteurs est grande. Les gérants de ces hôtels font de leur mieux en offrant à ces touristes désappointés de leur procurer des chambres au dehors, mais tout le monde n'aime pas se loger à un endroit et à aller prendre ses repas dans un autre, aussi le séjour de ces voyageurs de passage n'est-il qu'éphémère. On prétend même que souvent il arrive qu'en présence de ces faits beaucoup de touristes brûlent la politesse à Montréal et s'en vont visiter d'autres localités.

Tout cela est évidemment fâcheux. Le remède serait assurément dans la construction de nouveaux hôtels. Mais ces hôtels auraient-ils toute l'année une clientèle suffisante pour faire leurs frais? Là est la vraie question. Si l'été est l'époque de la moisson pour les hôtels de Montréal, l'hiver, avec un plus grand nombre de bons et grands hôtels, serait une maigre, trop maigre saison pour tous, la clientèle s'éparpillant davantage.

Nous n'avons pour ainsi dire aucun effort à faire pour attirer les américains en été; ils viennent d'eux-mêmes nous visiter. Peut-être pourrions-nous imaginer quelque chose pour les faire venir l'hiver en grand nombre. Il nous souvient qu'autrefois, le Carnaval, la construction d'un palais de glace et les réjouissances qui en étaient l'accompagnement obligé avaient un attrait tout particulier pour nos voisins qui passaient facilement la frontière pour assister à ces fêtes. N'y a-t-il pas là une indication?

Notre climat nous permet de donner en hiver des fêtes très pittoresques, très originales, pourquoi n'en profiterions-nous pas?

Nous ne monquons pas de gens hardis, entreprenants, d'un esprit inventif et ayant le sens artistique très développé qui seraient en mesure d'établir un programme de fêtes variées, d'une certaine durée et de le mettre en pratique.

Du jour où nous saurons attirer en hiver beaucoup d'étrangers, nous ne serons pas en peine de loger en été tous les touristes qui viendraient nous visiter.

La ligue des gens d'affaires de Montréal que cette question de loger les visiteurs a toujours plus ou moins inquiété, pourrait peut-être étudier avec profit l'idée que nous lui soumettons plus haut.

L'AFFICHE-ANNONCE

Ce qu'elle vaut

Depuis quelques années on voit sur les murs une profusion d'affiches-annonces; ce genre de publicité a été mis quelque peu à la mode, grâce aux artistes qui ont mis leur talent à la disposition de la publicité. Certaines de ces affiches, comme on a pu le voir dans des expositions spéciales, sont de véritables oeuvres d'art, mais jusqu'à présent aucun fait ne s'était présenté qui permit de juger de la valeur des affiches-annonces au point de vue de la publicité. Commercialement parlant, rendaient-elles les services qu'on en attendait? C'est ce qu'on ignorait à vrai dire.

Voici un fait qui va nous dire les résultats d'une publicité aussi coûteuse que celle de l'affiche-annonce:

Pendant une récente grève à Butte, Montana, aucun journal ne parut dans cette localité durant plusieurs semaines et les marchands durent avoir recours aux affiches murales pour annoncer leurs marchandises. Le résultat fut une diminution de vingt à cinquante pour cent dans le chiffre d'affaires et les commerçants attribuèrent ce résultat uniquement au fait qu'ils étaient privés de leur instrument habituel de publicité, le journal.

Les théâtres qui, plus que tout autre genre de commerce, se servant des affiches murales comme moyen de publicité ont souffert plus que les commerçants de l'absence des journaux.

La morale de ces faits est que si l'affiche-annonce disparaissait elle ne causerait pas grand tort au commerce et qu'au point de vue esthétique, l'aspect de nos villes et cités y gagnerait, car malgré la belle apparence et le cachet artistique de quelques-unes d'entre elles, la grande masse n'offre qu'un bariolage d'un goût plus que douteux qui n'a rien d'esthétique.

LA SITUATION EN FRANCE

Notre entrevue avec M. H. Laporte

Nous avons eu le plaisir de rencontrer hier M. H. Laporte, chef de la maison Laporte, Martin & Cie, Ltée, et ancien maire de Montréal.

M. Laporte est de retour d'Europe depuis quelques jours et les impressions dont il a bien voulu nous faire part intéresseront certainement nos lecteurs.

Le voyage de M. Laporte a duré trois mois. Il a visité l'Espagne, le Portugal, l'Italie, la Belgique, l'Angleterre et l'Irlande, mais son séjour le plus long a été en France.

Etant, par suite de ses relations d'affaires, mieux à même que personne de juger de la crise viticole qui sévit actuellement dans le Midi de la France, M. Laporte en attribue la cause à la surproduc-

JOHN HOPE & CO., MONTREAL.

Seuls Agents au Canada de :

MM. John de Kuyper & Son.....	ROTTERDAM.....	<i>Gin de Hollande</i>
“ Martell & Co.....	COGNAC.....	<i>Cognacs.</i>
“ Jules Robin & Co.....	“	<i>Cognacs.</i>
“ Cockburn, Smithes & Co.....	OPORTO.....	<i>Vins de Port.</i>
M. M. Misa.....	XERES DE LA FRONTERA...	<i>Sherries.</i>
“ S. Darthez	REUS (TARRAGONE).....	<i>Ports Tarragone.</i>
MM. Barton & Guestier.....	BORDEAUX.....	<i>Clarets, Sauternes et Huile d'Olive.</i>
“ Rodel & Fils Freres	“	<i>Sardines, Pois et Conserves.</i>
“ Deinhard & Co.....	COBLENZ.....	<i>Hocks et Moselles.</i>
“ C. Marey & Liger-Belair.....	NUITS.....	<i>Bourgognes.</i>
“ E. & J. Burke, Limited.....	DUBLIN & LIVERPOOL.....	<i>Guinness's Stout, Bass's Ale, Whiskies Irlandais et Rhum de la Jamaïque.</i>
“ C. G. Hibbert & Co.....	LONDRES.....	<i>Bass's Ale.</i>
“ Bulloch, Lade & Co., Limited.....	GLASGOW.....	<i>Whiskies Ecossais.</i>
“ Cantrell & Cochrane, Limited.....	BELFAST ET DUBLIN.....	<i>Ginger Ale, Club Soda, etc.</i>
“ Field, Son & Co.....	LONDRES.....	<i>Sloe Gin, Orange Bitters, Rhum de la Jamaïque.</i>
Booth & Co's. (LONDRES)..... <i>Old Tom et Dry Gin.</i>		

tiou de vins de qualité inférieure, vins parfaitement satisfaisants pour la consommation locale, mais ne pouvant convenir à l'exportation.

Les viticulteurs du Midi trouvant la culture de la vigne particulièrement productive, il y a quelque 15 ou 20 ans, ont planté en vignes non seulement les terrains spécialement propres à cette culture, mais encore une énorme quantité de terres qui, par suite de la composition du sol ou de leur situation, ne pouvaient donner que des vins inférieurs. Il en est résulté une production supérieure à la consommation possible du pays. De là, mévente de ces vins et embarras financiers des viticulteurs qui les produisent.

D'après M. Laporte, une loi n'améliorerait en rien la situation, la production des vins de seconde cuvée, dits vins d'eau, ou des vins de raisins secs, étant relativement de peu d'importance et ces vins n'étant guère consommés que par la portion la plus pauvre de la population; un dégrèvement de taxes ne serait qu'un palliatif qui ne remédierait à rien. Ce qu'il faudrait, ce serait de faire une éducation nouvelle des classes agricoles du Midi de la France pour les amener à changer leur mode de culture et au besoin les aider financièrement à effectuer cette transformation.

Le Midi de la France est un pays d'une extraordinaire fertilité, tout y pousse, pourquoi ne pas faire de l'industrie laitière là où les prairies peuvent prospérer, la culture des fruits et des légumes ailleurs. Des fabriques de conserves pourraient s'établir sur les lieux et la prospérité reviendrait rapidement grâce à la fertilité du sol et au caractère actif et économe des habitants.

Le tort des populations agricoles du Midi a été de ne pas prévoir l'avenir, de s'endormir dans leur routine et de ne pas modifier leurs procédés au fur et à mesure que les conditions économiques changeraient.

Un résultat très fâcheux de cette crise sera probablement de créer à l'extérieur un préjugé contre les vins de France.

Les étrangers qui ne prendront pas la peine d'aller au fond des choses conclueront qu'il se fait en France beaucoup de mauvais vins, beaucoup de vins adultérés et que tous doivent être dans le même cas.

Rien n'est plus faux.

Les grands vignobles du Bordelais, de la Bourgogne, de la Champagne, des côtes du Rhône, etc., donnent et donneront toujours les premiers vins du monde et des vins que l'on n'a jamais pu et que l'on ne pourra jamais imiter ailleurs. Les propriétaires de ces vignobles non seulement par honnêteté mais par intérêt, n'ont jamais falsifié leurs vins; ceci est un fait bien connu dans le monde des importateurs, néanmoins il est parfaitement pos-

sible que dans l'esprit de gens moins bien renseignés, ces fausses conclusions ne fassent du tort à la bonne réputation des vins français.

Au point de vue des affaires en général, M. Laporte considère qu'en dehors de certains centres tels que Lille, Marseille et surtout Paris, les affaires paraissent être dans un état non pas de dépression mais de stagnation.

Tout le monde a de l'argent, les campagnes sont prospères, la vie est facile, mais le capitaliste, et en France ils sont légion, restent dans le statu quo, ils préfèrent avoir un petit intérêt de leur argent que de se lancer dans des entreprises manufacturières, le résultat est que l'industrie ne montre pas la même activité en France qu'en Belgique.

Une des grandes objections des capitalistes français quand on leur parle d'établir de nouvelles manufactures est: "nous n'avons pas de charbon." Cependant le charbon anglais est à très bon marché et l'Angleterre est plus près de Bordeaux que Sydney l'est de Montréal.

La cause est autre aussi. Le capitaliste français ne se sent pas soutenu et attend "que le gouvernement s'occupe un peu moins de questions de sentiments, de questions religieuses et un peu plus de questions d'affaire."

Si Marseille fait preuve d'une activité énorme, certains autres ports périclitent, ceci est probablement dû aux tarifs défectueux des chemins de fer français et au manque d'esprit d'union entre les diverses compagnies. Si vous expédiez des marchandises de Montréal à Poitiers via le Havre, les quelques centaines de kilomètres à faire en territoire français coûtent aussi cher que les 3,000 milles à parcourir par voie de mer. Il y a de ce côté, de sérieuses améliorations à tenter.

Une "industrie" dans laquelle les Français sont passés maîtres, est l'art de avoir attirer chez eux les étrangers.

Grâce au charme de ses campagnes, aux trésors artistiques de ses villes, à la courtoisie et à la gaieté de la population, grâce à ses industries de luxe, au goût élégant inné de ses ouvriers d'art, à l'intensité de la vie intellectuelle et scientifique, la France est et restera toujours la terre bénie des touristes et des heureux de ce monde, qui ont durement gagné une fortune et sont anxieux de la dépenser agréablement.

Les sommes laissées annuellement en France par l'étranger, sont énormes, et le Français économe les renvoie à l'étranger à titre de prêt — l'opération lui est donc ainsi doublement profitable.

Par suite de ce fait entre beaucoup d'autres, Paris est avec Londres, le grand marché de l'argent; c'est bien véritablement un des plus grands centres financiers du monde.

En ce qui concerne la question reli-

gieuse, M. Laporte est d'avis que la dénonciation du Concordat n'a pas eu tout l'effet fâcheux que les catholiques redoutaient. Les églises, non seulement en Province, mais à Paris, sont encombrées de fidèles. Les prêtres sont bien scuténus par leurs ouailles qui, autant qu'on en peut juger, leur fournissent de quoi pourvoir décemment à leurs besoins et aux frais du culte.

Il semblerait même que l'action du gouvernement aurait eu pour effet de raviver parmi les tièdes, une foi qui sommeillait car, comme il est dit plus haut, les églises sont bien plus fréquentées qu'on ne pourrait s'y attendre, non seulement par les femmes, mais aussi par les hommes.

Quant à une augmentation des échanges commerciaux entre la France et le Canada, elle est non seulement possible, mais facile, nous dit M. Laporte, si le gouvernement français veut y mettre la main de son côté.

Une foule d'articles canadiens: fromage, conserves de poissons, etc., sont exportés en France par l'Angleterre. Il vaudrait infiniment mieux les exporter directement.

Nous pourrions certainement fournir à la France d'autres produits, surtout du bois et de la pulpe et nous pourrions accroître nos importations de vins, de conserves de fruits, de légumes et de viandes, d'articles de Paris et de modes, etc.

Il ne faut pas s'attendre à voir un courant considérable d'émigration s'établir de France au Canada. En France la population est stationnaire; le Français est casanier; ce ne serait donc que la pauvreté et le besoin qui pourraient le décider à émigrer, or la richesse est trop grande actuellement en France pour que l'on puisse s'attendre à rien de semblable.

Nous remercions ici, M. H. Laporte, de la complaisance et de la courtoisie avec lesquelles il a bien voulu nous donner ces détails certainement intéressants pour les lecteurs du "Prix Courant."

Nous rappelons à nos lecteurs que la maison S. H. Ewing & Sons fait une spécialité de toutes les marchandises nécessaires à l'embouteillage et à la brasserie, telles que bouchons coupés à la main ou à la machine, capsules, broche, étain en feuilles, etc., etc.

Elle a toujours en mains un approvisionnement considérable de ces marchandises qu'elle peut, en conséquence, livrer sans aucun retard. Ses prix sont intéressants et les acheteurs devraient avant de placer leurs commandes demander des cotations à MM. S. H. Ewing & Sons, qui se feront un plaisir de les leur donner.

L'appareil à laver les bouteilles "Little wonder", se vend rapidement; ce fait tendrait à prouver que sa supériorité sur les autres appareils similaires est incontestable, comme l'affirment ceux qui s'en sont servis.

Toutes les pièces de rechange de cette machine sont toujours en stock à la Freyseng Cork Co., Ltd.

POUDRE
"STICK-FAST"
POUR COLLE

Pour tous les usages auxquels on emploie la Colle de Pâte, il convient d'ajouter la

Poudre "STICK-FAST"

Elle aide non seulement à conserver la Colle de Pâte pendant quelques jours, mais encore et surtout elle lui donne une adhérence incomparable.

On peut avec toute Colle de Pâte additionnée de Poudre "STICK-FAST" coller des étiquettes sur fer-blanc poli, ce qu'on ne peut faire avec la Colle de Pâte ordinaire.

PREPARATION ET EMPLOI FACILES

FREYSENG CORK COMPANY, Limited

651-661 RUE ST-PAUL - MONTREAL



BISQUIT
"Old Liqueur"
 (20 ANS D'AGE)

— ET —

"Une Etoile"
BRANDY DE PUR RAISIN
 Méfiez-vous des Substitutions.

Exportés par

Bisquit, Dubouché & Co.,

JARNAC — COGNAC

ETABLIS EN 1819.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

WALTER R. WONHAM & SONS,

MONTREAL:



LA SOURCE APOLLINARIS

Il existe peu d'endroits plus beaux en Europe, à n'importe quelle saison de l'année, que le Rhin, à partir de Bonn, en remontant dans la direction de Coblenz; le paysage embrasse les bosquets verdoyants de Godesberg et le panorama majestueux des Sept Montagnes, avec le rocher garni de châteaux de Drachenfels qui a évoqué l'enthousiasme de Byron et de tous les autres poètes qui l'ont vu. Chaque partie de ce paysage romanesque a son charme et ses beautés spéciales—



Bureau d'expédition de la Apollinaris Co. à Remagen

paysages garnis de verdure et de fleurs; montagnes couronnées d'anciens châteaux de barons, austères dans leur décrépitude; terrasses de vignobles et scènes vues des hauteurs elles-mêmes qui soulèvent l'enthousiasme chez celui qui aime la nature et l'antiquité. Chaque petite ville est célèbre, chaque montagne, objet d'une légende, est un tableau par elle-même, et une excursion sur le Rhin, par le brillant soleil du printemps ou au clair de la lune argentée est un vrai voyage de vacances, comme le savent ceux qui l'ont entrepris et comme en fournis-



Vue à vol d'oiseau de la source et de l'établissement à Neuenahr

sent des preuves les chansons et les légendes des siècles.

Les plaisirs de ce district ne sont pas limités aux rives de la rivière elle-même, car ce pays favorisé abonde en lieux d'excursions délicieux. Et parmi ceux-ci, un de ceux qui procurent le plus de plaisir, est la vallée de l'Ahr. Près des murailles en ruine de Rolandseck, s'élève près de la rivière, la hauteur boisée d'Apollinaris, au sommet de laquelle est l'é-

glise d'Apollinaris, d'un style gothique moderne. Saint Apollinaire est le patron de la fameuse source à laquelle il a



Entrée supérieure à Ahrweiler

donné son nom. S'écartant du Rhin, à la ville de Remagen, le chemin de fer transporte le visiteur dans la vallée de l'Ahr et il passe devant la station de Neuenahr près de laquelle est la source Apollinaris.

Inutile de dire que la réputation de la ville moderne d'Ahr est grandement due à l'établissement d'Apollinaris. En face des côtes plantées de vignes qui dominent la vallée, se trouve la série de cons-



Un coin de la salle d'emballage

tructions qui forment une ruche très active de l'industrie dans cette vallée tranquille. Dans un enclos de murs surmontés par une statue du saint, est la source qui produit l'eau agréable et effervescente qui a atteint maintenant une populari-



Erpel

té énorme, et une procession d'énormes voitures chargées de bouteilles, transportent cette eau jusqu'au Rhin ou jus-

qu'au chemin de fer, d'où elle est distribuée dans toutes les parties du monde. Chaque année, quelque trente millions de bouteilles sont emballées et expédiées et environ 500 personnes sont engagées dans cette industrie.

La Source Apollinaris ne date pas le plus de cinquante ans; elle fut découverte en 1851, d'une manière assez curieuse, par un propriétaire de vignobles qui s'apercevait que ses vignes ne poussaient pas. Un expert chimiste prouva que le sol était imprégné de gaz acide carbonique. Un puits fut creusé; à une



Le vieux moulin à Heppingen

profondeur d'environ 40 pieds, la source fut rencontrée et l'eau s'éleva jusqu'à la surface avec une force remarquable.

Des analyses chimiques montrèrent que l'eau Apollinaris ressemblait de beaucoup à celle d'Ems, quoique différant largement de cette eau ou de toute autre alors renommée, en ce qu'elle contenait une proportion extraordinaire de gaz acide carbonique, à tel point que l'eau bouillonnait en montant, comme si elle avait été forcée d'en bas par une pression de va-



L'église d'Apollinaris sur le Rhin

peur. Au début, une grande difficulté consistait à embouteiller l'eau bouillonnante, de manière à retenir tout le gaz effervescent. Cette difficulté fut surmontée en tirant l'eau de son lit situé à cinquante pieds au-dessous de la surface du sol et en la faisant entrer dans des



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.

“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR
HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.
WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS :
LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS : WALTER R. WONHAM & SONS
6 RUE ST-SACRAMENT, MONTREAL.

réservoirs placés au-dessus de l'établissement d'embouteillage, puis en l'amenant de nouveau en contact avec son gaz naturel avant de la mettre en bouteilles, de sorte que quand la bouteille est finalement cachetée, l'eau est aussi pure et aussi gazeuse qu'elle l'était dans sa source souterraine.

De plus, une partie de l'acide carbonique est forcée d'entrer par pression dans chaque bouteille vide, de manière à expulser l'air avant que l'eau y entre; ce qui permet au buveur de l'eau embouteillée d'être sûr d'obtenir cette eau en son état naturel pur. En vérité, le gaz acide carbinoque est la divinité volatile de l'endroit. Chaque bouchon après un examen soigneux, pour s'assurer qu'il est en bon état, est lavé et soumis à un jet d'acide carbonique avant qu'il soit mis sur les bouteilles. Après que les bouteilles ont été remplies, bouchées, et le bouchon assujéti au moyen de fil métallique—cette opération a lieu à raison de 100,000 à 120,000 bouteilles par jour—



Maison du Saint et Château de Altenahr

elles sont emmagasinées pendant quarante-huit heures, puis examinées de nouveau, de manière à ce qu'on puisse découvrir toute défectuosité qui pourrait s'être produite ensuite. La source elle-même est située dans une cour et on y arrive en descendant un certain nombre de marches placées dans une cavité qui entoure l'endroit où elle jaillit. Cette cavité est si remplie de gaz, qu'une bougie allumée est éteinte immédiatement. L'orifice même de la source est couvert d'un capuchon conique dont la pointe est submergée dans l'eau, afin de recueillir le gaz à mesure qu'il s'échappe de la source.

Le travail nécessité par l'expédition de ces énormes quantités d'eau minérale est naturellement très considérable et doit être fait dans les neuf ou dix mois de l'année où il n'y a pas de gelée. La plus grande portion de la production annuelle de bouteilles pleines, représentant environ 24,000 tonnes, est expédiée dans de longs bateaux à fond plat, par le Rhin, jusqu'à Anvers et Rotterdam, d'où ces bouteilles sont transportées sur des steamers, à destination d'Angleterre, d'Amérique et des principaux ports du monde entier.

Claire et effervescente, l'eau Apollinaris conserve sa fraîcheur plus longtemps que toute autre eau minérale artificielle et la douceur particulière de sa saveur en fait un accessoire des plus plaisants pour la table, tandis que ses qualités anti-dyspeptiques sont attestées par les médecins. Les chiffres donnés plus haut pour la production annuelle sont une preuve que les propriétés de cette eau pure de table sont grandement appréciées. Elle a l'avantage, à part ses qualités diététiques, de posséder autant d'effervescence agréable que les eaux minérales manufacturées ordinaires, tandis que son addition au vin ou à d'autres liquides fait ressortir leur bouquet au lieu de les détériorer, comme cela arrive souvent avec l'eau qui n'est pas naturelle.

L'établissement de bains de Neuenahr et son confortable Kur-Hotel ne sont situés qu'à quelques minutes de la source Apollinaris, de l'autre côté de la jolie rivière Ahr. Ces bains sont devenus très populaires et cela n'est pas étonnant, situés comme ils le sont au milieu d'une vallée agréable et entourés par des lieux d'excursion charmants au château de Neuenahr et la ville adjacente de Ahrweiler, avec ses constructions datant du Moyen-Age, à Walporzheim—qui a donné son nom au crû célèbre—et au burg en ruine de Altenahr. Du sommet de cette hauteur rocheuse, on a une vue étendue sur toute la belle vallée, où la rivière Ahr, aux eaux brillantes, serpente d'une manière tortueuse entre les pics qui s'élèvent sur chacune de ses rives couvertes de pins; c'est une scène allemande typique et, avec son charme rustique et sauvage, une scène qu'on va revoir plusieurs fois avec plaisir.

W. Pictor.

L'Histoire du Claret

Nous avons reçu une excellente petite brochure que nous nous empressons de signaler à nos lecteurs.

Cette brochure contient en réalité toute l'Histoire du Claret; elle a pour titres: *The King of Wines — The Wine of Kings*. C'est-à-dire que le vin de Bordeaux est Le Roi des Vins — Le Vin des Rois, d'après l'auteur qui, d'ailleurs, s'attache à justifier le double titre donné à son travail sur le claret.

Nous avons dit plus haut que c'est toute l'histoire du claret que raconte cette brochure; pour ne pas induire nos lecteurs en erreur nous devons ajouter que c'est une histoire abrégée, car l'auteur ne pouvait dans une petite brochure d'une trentaine de pages, célébrer les hauts et glorieux faits des fameux vins de Bordeaux, dont l'histoire remonte à plus de 2000 ans.

Qu'est-ce que le Claret? est une question à laquelle peut-être peu de commerçants de détail en vins et liqueurs pourraient donner une réponse satisfaisante. Cette question est le titre d'un chapitre dans lequel l'auteur indique les six grandes divisions comprises dans la région du claret, et il en profite pour dire quelques mots des vins de *crus*, c'est-à-dire des vins classés.

La "Fabrication du Vin" est un autre chapitre intéressant, l'auteur a pensé qu'il ne pouvait mieux faire que de reproduire un article publié dans le grand journal médical de Londres, le "Lancet" à la date du 3 février 1906, sous le titre "Les Vins de la Gironde". Il y est question du raisin, de la vendange, de la fermentation du moût, du décuvage, du soutirage, du collage, de la mise en bouteilles, etc., etc. "En un mot", est-il dit à la fin de l'article, "comme nous l'avons dit, le claret est le plus pur type du vin et le produit d'opérations absolument naturelles, n'exigeant aucune sorte d'ingrédient étranger pour le rendre propre à la consommation ou pour l'adapter au goût du public?"

On entend parfois des gens en apparence très sûrs d'eux affirmer qu'on ne peut boire du bon claret au Canada parce que la région de Bordeaux n'en produit pas suffisamment pour sa propre consommation. A ces ignorants qui se croient bien savants, nous conseillerons de lire le chapitre intitulé: "La Production du Vin dans le District du Claret". Il y a là 400,000 acres de vignes produisant annuellement environ 100,000,000 gallons de vin, c'est-à-dire, comme le fait remarquer l'auteur, une quantité suffisante pour donner à toute la population de la Grande-Bretagne, à chaque homme, femme et enfant, un plein verre de vin chaque jour de l'année, ce qui peut donner une idée de la magnitude de l'industrie vinicole dans la région du claret.

Nous conseillerions volontiers aux hôteliers, restaurateurs et épiciers de lire les chapitres: *Les Buveurs de Vin* et la façon de boire le vin,—comment déguster le claret,—comment acheter le claret,—et tous les chapitres suivants, y compris celui intitulé: "Le Claret comme Mesure de Tempérance". Ils trouveront dans ces chapitres d'utiles renseignements pour leur propre commerce et de précieux arguments à faire valoir auprès de leur clientèle pour augmenter la vente des vins de Bordeaux.

Nous sommes redevables à la maison Barton et Guestin de l'envoi de la brochure que nous venons d'analyser succinctement et nous l'en remercions.

Cette brochure, du prix de 1 shilling, est éditée par St. Clements Press, Ltd., Portugal Street, Kingsway, London, W. C. (Angleterre), chez qui elle est en vente.

Un article qui peut intéresser les hôteliers et les propriétaires de restaurants et de bars est le "Shaker" Eureka en caoutchouc durci qui est actuellement mis sur le marché par la Hamilton Brass Mfg. Co., Ltd.

Ce "shaker", à la différence des appareils similaires en métal, n'est pas attaqué par les acides, liqueurs, cordiaux, eaux minérales, et sels; il ne peut donc avoir aucune odeur et il reste toujours propre. Etant flexible, il s'ajuste très bien au verre à mêler, évitant ainsi les éclaboussures désagréables pour les commis de bars et aussi pour les clients.

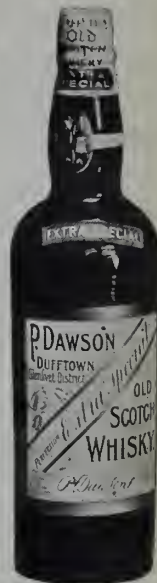
Cet article devrait se trouver dans tous les établissements de premier ordre.

Les bouchons coupés à la main et à la machine, les capsules pour bouteilles, la broche d'embouteilleurs, l'étain en feuilles, les fournitures pour brasseurs, etc., peuvent toujours être obtenus de MM. S. H. Ewing & Sons, importateurs et manufacturiers, 96 rue King, Montréal, à des conditions de prix avantageuses.



Quatre Marques Célèbres

Demandées également dans les Restaurants, les Hôtels et les Epicerie; recommandées par les médecins.



Gin Canadien Croix Rouge,

Supérieur à cause de son âge.

Dawson, le whisky préféré des connaisseurs.

Frapin, le cognac qui a eu tous les premiers prix.

Vin St-Michel, le meilleur des toniques.

Un marchand est jugé d'après la qualité des marchandises qu'il tient. Vous ne pouvez vous passer de ces quatre marques.

BOIVIN, WILSON & CIE,

520 RUE ST-PAUL, MONTREAL.



LE COMMERCE DES VINS DE SAUMUR

Le terroir viticole de Saumur est placé au milieu des grès verts, des terrains tertiaires moyens et des alluvions de la Loire. Ces roches se prêtent fort bien à la culture des cépages, nommés dans le pays pineau blanc et pineau rouge, ailleurs connus sous la dénomination de breton ou carbenet.

Bien que ville beaucoup moins peuplée qu'Angers, Saumur est la capitale vinicole de l'Anjou comme l'est Beaune pour la Bourgogne. Elle doit cet avantage au fait que la qualité des vins produits dans l'arrondissement est supérieure à celle des vins récoltés proche d'Angers.

La plupart des vins d'Anjou sont blancs et c'est dans le Saumurois que se récoltent les meilleurs. Leur qualité tient tant au sol qu'au soin avec lequel ils sont préparés.

Les vendanges sont tardives; elle commencent seulement, lorsqu'une très grande partie des raisins est "blettie", c'est-à-dire fermentée comme les nêfles, disait le Dr Guyot; mais ils ne sont pas pourris comme on pourrait le croire à l'aspect des grappes. On fait deux récoltes; la première consiste dans le choix des grappes les plus parfaites, qui donnent les vins de première qualité; la seconde recueille tout le reste qu'on appelle le tri.

On ne presse que deux fois pour les vins fins et le pressurage est prompt de manière à assurer la limpidité et empêcher la moindre coloration des jus. On ne soutire qu'en décembre, même en janvier, après collage à la colle de poisson. La mise en bouteilles se fait en mars. C'est ainsi que s'obtiennent les vins de Saumur qui, comme ceux de la Champagne, sont des vins mousseux naturels.

Les vins fins du Saumurois sont, depuis bien longtemps connus à l'étranger à tel point qu'on les désignait jadis sous le nom de "vins pour la mer", tandis que les vins de cépages communs étaient dits "vins pour Paris".

Les négociants, qui apprécient fort les vins blancs mousseux de Saumur les achetaient jadis sur lie.

Laissés un an en fûts, ils deviennent secs et capiteux.

Le vignoble de Saumur se rapproche donc du vignoble champenois en ce sens qu'il produit des vins qui moussent naturellement. La fermentation en bouteilles, obtenue par le procédé champenois ne fait que compléter l'oeuvre de la nature et c'est là une condition essentielle à la qualité des vrais vins mousseux, indépendamment des procédés employés pour leur préparation.

Ces vins de Saumur sont depuis longtemps connus et appréciés hors de France. Les négociants en vins belges, si

bons appréciateurs de nos crus, venaient jadis sur place les acheter sur lie.

L'exportation des vins mousseux du Saumurois forme aussi, depuis longtemps un élément considérable de l'importation des vins français en général et même des vins mousseux dans la Grande-Bretagne. Ils représentent actuellement dans l'importation britannique une part plutôt supérieure qu'égale à celle des vins mousseux allemands du Rhin et de la Moselle.

Cependant depuis que la Chambre de commerce de Saumur enregistre le mouvement des vins mousseux de sa circonscription, à la façon de la Chambre de commerce de Reims pour le commerce des vins de Champagne, le débouché intérieur est devenu plus large que l'exportation.

Il ne l'était pas à l'origine des relevés qui remontent déjà à 16 ans en arrière. En effet, en 1891, année ordinaire, le nombre des bouteilles expédiées à l'étranger montait à 2,438,515 unités entières, alors que les expéditions à l'intérieur se chiffraient seulement par 1,937,814 bouteilles.

Au cours de l'année suivante, l'exportation des Saumur atteignit son point culminant avec la somme globale de 2,893,302 bouteilles. Trois ou quatre ans plus tard, le marché français l'emportait sur les débouchés étrangers, tandis que le commerce saumurois, participant comme le commerce de la Champagne à l'essor pris en France par la consommation des vins mousseux, a réussi à doubler en l'espace de quinze ans la somme de ses débouchés. Ils représentaient l'an dernier 3,879,090 bouteilles au lieu de 1,937,000 bouteilles en 1891.

Grâce à cette augmentation, le commerce saumurois a gagné en force et en puissance. De 1891 à 1894, il a doublé ses tirages. Le stock des vins en bouteilles a passé, en 13 ans, de 5 millions 1-2 de bouteilles à 12 millions 1-3. Si l'année 1904 semble avoir marqué le point culminant de cet essor, elle ne l'a pas arrêté. Les négociants ont continué d'accroître leurs stocks de vins bruts. Ainsi, au 31 septembre 1905, l'ensemble des réserves montait à 119,763 hectolitres (2,634,786 gallons). Le léger fléchissement des stocks en fûts, constaté à la fin de l'année dernière a été compensé par une augmentation des tirages.

L'activité commerciale a été stimulée par ce développement des débouchés effectifs et, depuis 12 ans, à l'exemple de la Champagne, le Saumurois a aussi sa "spéculation" soumise à de larges fluctuations. On a ainsi échangé de négociants à négociants jusqu'à 541,060 bouteilles en 1901.

C'était, il est vrai, une année exceptionnelle, où, pour la première fois, les débouchés réels avaient dépassé la som-

me de 7 millions de bouteilles. Mais la moyenne quinquennale du mouvement spéculatif, après avoir atteint 196,000 bouteilles de 1896 à 1900, s'est élevée à 279,000 bouteilles pendant la période suivante.

Ce n'est pas que ce genre d'affaires soit absolument recommandable; il expose ceux qui le pratiquent et parfois aussi ceux qui recourent à ses services à de graves mécomptes; mais c'est l'indice de la prospérité générale d'une industrie et son intensité même témoigne de l'importance des capitaux attirés dans la branche.

Indépendamment du surcroît de transactions résultant de la spéculation, les affaires réelles, faites dans le Saumurois, ont progressé dans une mesure très satisfaisante.

Si l'on considère le mouvement des expéditions par périodes quinquennales, on constate qu'il s'est élevé successivement à 4,783,988 bouteilles de 1891 à 1895; à 5,788,241 bouteilles de 1896 à 1900; à 7,150,422 bouteilles de 1901 à 1905.

Le mouvement de l'an dernier a été moins actif, puisqu'il est descendu à 5,871,101 bouteilles. Tel quel, il reste supérieur à la moyenne observée entre les années 1896 et 1900.

Cette baisse tient en partie à une réduction assez sensible dans les affaires avec le dehors. Nous en avons indiqué les causes générales dans notre article sur "La situation en Champagne".

L'exportation des vins mousseux de Saumur trouve en Angleterre le meilleur et le plus important de ses débouchés.

Comme le vins de Champagne, il a souffert de la surtaxe imposée aux vins mousseux pendant la guerre du Transvaal.

Le maximum de l'importation dans le Royaume-Uni remonte à l'année 1899: il s'élevait à 155,044 gallons évaluée 82,000 liv. st.

A part la reprise, observée en 1902, l'importation et la consommation des vins de Saumur en Grande-Bretagne a constamment baissé en quantité, sans bénéficier de la réaction qui a fait remonter en 1905 et 1906 la demande des champagnes.

Il semble qu'il règne entre les vins de Saumur et les vins de la Champagne une sorte d'antagonisme; quand ces derniers trouvent à l'étranger des acheteurs pressés, la demande des Saumur se ralentit; elle tend à progresser, au contraire, quand le malaise général oblige les consommateurs à restreindre leurs dépenses; ils renoncent momentanément aux Champagnes pour adopter les Saumur.

C'est cette demande flottante qui règle le mouvement général des expéditions du Saumurois à l'étranger. Les intéressés pourraient mettre à profit ce renseignement fourni par l'observation.

Mais à l'abri de ces fluctuations le

Un Fin Brandy de “Bar.”

Le Brandy “UNE ETOILE” de Hennessy plaira à tous vos clients. C'est un alcool absolument de pur raisin — garanti âgé de plus de six ans.

La prochaine fois que vous commanderez des approvisionnements de bar, souvenez-vous d'inscrire le brandy

“Une Etoile” de Hennessy

HIGH WINES ET ALCOOL STANDARD

(E. W. PARKER, MONTREAL)

UN ALCOOL NEUTRE, INCOLORE, CONVENANT
À TOUS LES USAGES. GARANTI PAR LE GOU-
VERNEMENT CANADIEN AVOIR MURI EN EN-
TREPOT PENDANT DEUX ANS :: :: :: ::

GILLISPIES & CO., - - 12, rue St-Sacrement, Montréal

AGENTS VENDEURS.

commerce saumurois conserve une clientèle qui lui réserve fidèlement ses ordres; cette clientèle s'en tient aux bonnes marques, de sorte que le prix moyen de la caisse, placée en Angleterre, s'élève précisément lorsque fléchit l'importation totale des vins mousseux du Saumurois.

En attribuant aux bouteilles exportées une capacité générale de l. 80, nous avons calculé la quantité d'hectolitres de vins mousseux exportés de Saumur depuis 1891 inclusivement ainsi que la répartition générale des exportations, suivant qu'elles sont destinées à l'Angleterre ou à d'autres pays.

Nous avons ainsi réussi à dresser un tableau inédit, qui sera consulté avec fruit par les intéressés. En voici le résumé:

De 1891 à 1895, Saumur a exporté en moyenne 19,621 hectolitres (431,662 gallons) de vins mousseux par année, sans qu'il soit possible d'établir une distinction entre les destinations.

Mais, de 1896 à 1900, sur un total de 18,694 hectolitres (411,268 gallons), 6,728 hectolitres (148,016 gallons) étaient dirigés sur le Royaume-Uni et 11,966 hectolitres (263,252 gallons) sur d'autres pays étrangers ou sur les colonies françaises.

Pendant la période quinquennale suivante un relèvement s'est produit, quoique l'importation en Angleterre ait baissé d'environ un dixième; les autres marchés ont donc reçu du Saumurois 13,456 hectolitres (296,032 gallons) et l'Angleterre seulement 6,184 hectolitres (136,048 gallons).

L'année dernière a été également mauvaise pour le débouché britannique et pour les autres marchés par suite de l'essor même, dont a bénéficié la Champagne au cours de l'année 1905 et même de 1906, si l'on interprète rationnellement les faits statistiques.

Nous pensons d'ailleurs que le ralentissement des expéditions opérées en 1906 n'a pas été réellement préjudiciable aux bonnes maisons, même en dehors de la Grande-Bretagne.

Il nous semble que le commerce de Saumur opère une sorte de concentration en arrière, qui lui donnera plus de force que jamais. Les gâtes-métiers ont plus souffert de la baisse que les bonnes maisons.

Celles-ci, en luttant par la qualité des produits livrés, par l'exacte observation des conditions, qui s'imposent à un commerce loyal, trouveront tôt ou tard la récompense de leurs efforts.

Les vins de Saumur, naturellement mousseux, doivent faire une utile concurrence, en France, aux mauvais produits de la champanisation artificielle; au dehors, aux détestables contrefaçons des champagnes, qui ne séduisent le consommateur que par leur bas prix.

Les bons vins de Saumur, naturelle-

ment mousseux, doivent faire la conquête de la clientèle, qui ne peut payer à leur prix les grandes marques de Champagne.

Eux aussi sont des vins de France; ils doivent continuer à remplacer leurs aînés, lorsque les temps sont mauvais et en temps normal lutter par la qualité aussi bien que par le prix contre les pseudo-champagnes, fabriqués à Hambourg et ailleurs.

Les vins allemands de la Moselle se sont créés une clientèle à l'étranger, les claires de la Lorraine annexée dans l'Empire allemand; de même les vins de Saumur doivent faire la conquête de la clientèle modeste, en quête de vins mousseux, sains, agréables qui, sans avoir les titres de noblesse des grands crus champenois ont infiniment plus de droit à l'existence et à la prospérité que les vins d'origine quelconque que la fermentation en bouteilles rend plus ou moins mousseux et surtout que ces détestables vins gazéifiés, plus propres à inspirer le dégoût que l'amour des véritables vins mousseux de France.—(Revue des Vins et Liqueurs).

L'eau Hiawatha est une des eaux de table les plus agréables et les plus pures qui soient sur le marché. D'un goût exquis, elle se recommande par sa haute teneur en gaz acide carbonique, qui, comme chacun le sait, est un sédatif de l'estomac. La lithine qu'elle contient la rend extrêmement active dans les cas de rhumatismes, de goutte et d'affection des voies urinaires. La facilité avec laquelle elle se mélange à tous les liquides, en fait une boisson également agréable pour le malade et l'homme bien portant.

MM. L. Chaput, Fils & Cie ont reçu un char de bière de Pabst cette semaine.

La Pabst Brewing Co., de Milwaukee, met sur le marché une nouvelle bière qui répond certainement à un besoin. La Pabst Mead sera en effet la bière favorite de tous les gouteux, rhumatisants, dyspeptiques, etc., car elle ne contient que 2 p. c. d'alcool, ce qui correspond à moins de la moitié de ce que contiennent les bières les plus légères actuellement sur le marché. La Pabst Mead se vend en barils de 10 douzaines de "pints" à raison de \$12.50 le baril.

La machine de la marque "Gem" à remplir les bouteilles de whisky ou de bière est une invention nouvelle qui s'est vendue en grande quantité, depuis son introduction en Canada, par la Freyseng Cork Co., Ltd. Ces ventes nombreuses prouvent surabondamment les mérites d'une telle machine.

Les agents de la Freyseng Cork Co., Ltd., se feront un plaisir de la montrer aux acheteurs en perspective et de leur en faire apprécier les avantages.

La maison de Neuville, de Saumur, met sur le marché son Saumur mousseux marque "Duc de Montlouis" en splits à un prix extrêmement bas eu égard à la qualité bien connue de ce vin.

La caisse de 40 splits se vend \$12, ce qui met le split à 30c. La maison L. Chaput, Fils et Cie à l'agence de cette marque au Canada.

IVRESSE ET ALCOOLISME

L'alcool et les breuvages alcooliques sont constamment dénoncés comme la source de beaucoup de maux et la cause d'infirmités morales et physiques sans nombre. Dans toutes les assemblées qui se réunissent dans les villages, dans les grandes villes, dans toutes les conférences, dans la presse quotidienne et de toutes les manières possibles, l'évangile de l'abstinence totale est prêché avec une persévérance digne d'une meilleure cause.

Les attaques constantes de l'armée résolue et bien organisée du teetotalisme contre le commerce des liqueurs ont toutefois échoué complètement jusqu'ici, dit un correspondant de "Ridley's Wine & Spirit Trade Circular." La dépression qu'a subie le commerce des vins ne peut pas être attribuée entièrement à la propagande en faveur de la tempérance; mais si nous admettons que la diminution de la consommation des vins et spiritueux est entièrement due aux mœurs plus tempérées de la population, l'échec de la propagande teetotaliste devient d'autant plus évident; les statistiques montrent en effet que la diminution de la consommation des boissons alcooliques en Angleterre correspond à une augmentation des arrestations pour ivresse, des décès pour cause d'alcoolisme et de cirrhose du foie, des décès par suicide ou des attentats de suicide, ce dernier cas étant attribué par nos charitables teetotalistes au fléau de la boisson.

L'ignorance, les préjugés et l'amour d'une notoriété qui s'acquiert facilement font qu'il est impossible pour un grand nombre de leaders du parti de la tempérance de prendre en considération des faits comme ceux-là, si convaincants qu'ils soient par eux-mêmes et faciles à vérifier. Il y a toutefois un grand nombre d'avocats de l'abstinence totale qui sont réellement convaincus de l'utilité et de la justice de leur oeuvre et qui, bien plus, sont parfaitement justifiés de penser et de dire que l'alcool est la source de beaucoup de maux et de misère. Cette misère, cette ivrognerie et cet alcoolisme, qui font tant de victimes chaque année, sont détestés et condamnés par le marchand de vins autant que par le teetotaliste; le sens moral de l'un est tout autant développé que le sens moral de l'autre, et le marchand de vins a d'autres raisons pour maudire l'ivrognerie et l'alcoolisme, qui discréditent son commerce auprès des personnes d'esprit faible, lesquelles ne jugent une règle que par ses exceptions. Mais, tandis que le marchand de vins et le teetotaliste sont d'accord pour déplorer l'alcoolisme, ils diffèrent d'opinion quand il s'agit des moyens à prendre pour enrayer le mal, l'un prétendant que le seul moyen sûr est d'abandonner toutes les boissons stimulantes, ce qui, d'après l'autre, abaisserait

Controleurs exclusifs de plus de 60
Agences Etrangères.

UN DEMI-MILLION de Dollars
de Droits Payé par An.



DOUZE
Entrepôts du Gouvernement.
DEUX
Magasins d'Excise.

Lawrence A. Wilson & Cie., MONTREAL. LIMITEE

Notre Stock de Vins et de Liqueurs est le plus grand et le meilleur au Canada.

CLARETS ET BOURGOGNES.

Nous détenons un stock très considérable et très choisi de Vins Château rouges et blancs de la Bordeaux Claret Co., ainsi que de vieux Bourgognes Rouges et Blancs en bouteilles.

SHERRIES.

Nous avons aussi en stock des sherries de Gonzalez & Byass en fûts et leurs Vieux Sherries des célèbres marques "Idolo" et "Cristina", embouteillés et cachetés dans leurs propres Bodegas. La réputation universelle de cette maison suffit à garantir l'excellence de ses produits.

ABSINTHE SUISSE.

Absinthe Supérieure de Gemppe Pernod.

APÉRITIF.

Le meilleur produit d'Espagne : Tot, l'Apéritif "Bambou".

COGNACS.

Entre autres marques importantes de Cognacs, nous sommes seuls à contrôler les marques suivantes : Boutelleau Fils, Cognac Distillers' Association, Carlat & Cie, Jos. Brémond & Cie, Régnier & Cie, ainsi que les Brandies Espagnols de Jimenez & Lamothe.

BLACKBERRY BRANDY.

Wilson's Blackberry Brandy, Liqueur Supérieure, qualité non surpassée.

LIQUEURS.

Marasquin de Levert & Schudel, Curaçao Orange, Crème de Menthe Glaciale, Anisette, Kümmel, Kirsch.

Petite Chartreuse Verte et Jaune, Liqueur Hanappier, Elixir de Spa.

WHISKY.

Nous importons énormément plus de "Scotch Whisky" que toute autre maison du Dominion. "Dunblane" pur grain et pur malt de Greenlees Brothers ; King Edward VII, Real Antique ; Hill-Burn Blend de Heilbron & Sons, Kings Liqueur ; Scottish Arms de R. Thorne & Sons, Antique Liqueur ; Three Star, Red, White and Blue de Haig & Haig, Five Stars, Tammany Scotch, Brae Mar Special, House of Lords, Five Crowns de Bruce Wallace & Co., Loch Caron Gleneil, A. Mac Murdo & Co., etc.

Les nombreuses qualités du Scotch Whisky, importé par nous de diverses parties de l'Ecosse, nous permettent de fournir tout arôme, couleur et âge aux prix d'importation.

ECHANTILLONS FOURNIS SUR DEMANDE.

très rapidement le niveau moral et physique de la population.

Une très grande erreur faite par les abstinents est de confondre l'ivresse et l'alcoolisme, qui diffèrent entièrement dans leur cause et leurs effets. L'ivresse est aussi ancienne que le monde et elle durera sans doute jusqu'à la fin du monde, condamnée par toutes les personnes tempérantes comme un excès regrettable, mais ne produisant que peu de mal réel, soit physique soit moral, tant qu'elle ne dégénère pas en alcoolisme.

Autrefois en Grèce et à Rome, Platon, Sénèque, Caton, Scipion et la plupart des philosophes, docteurs, soldats et poètes, non seulement croyaient au vin, mais préconisaient même l'ivresse à l'occasion de festivités; leurs idées à ce sujet furent partagées universellement jusqu'aux premières années du siècle dernier, alors que des hommes comme Pitt et Fox, qui s'enivraient souvent, soutenaient une comparaison plutôt favorable comme intelligence avec quelques-uns de nos législateurs modernes buveurs d'eau.

L'opinion de médecins et d'ecclésiastiques sur l'ivresse, même au commencement du dix-huitième siècle, est remarquablement illustrée par le passage suivant, tiré de la Théologie Pratique, du Père Taverne: "L'ivresse est un péché mortel si on y tombe pour la volupté seule; que si c'était pour une autre fin honnête, par exemple par ordonnance du médecin pour recouvrer la santé, elle ne serait pas criminelle."

Il n'y a aucun doute que l'ivresse, quand elle n'est causée que par du bon vin, n'est pas nuisible à la santé, si elle n'est qu'accidentelle; elle est cependant toujours répréhensible, comme tout autre excès, et devrait être condamnée, comme telle. D'autre part, l'alcoolisme est le plus grand ennemi de la race humaine et tout homme réfléchi, abstinant ou non, devrait faire tout en son pouvoir pour déraciner ce fléau de la civilisation moderne. L'ivresse normale est de courte durée et ne subsiste pas longtemps après que l'agent intoxicant a disparu du sang et des tissus, tandis que l'alcoolisme est un empoisonnement lent et une paralysie, causés par l'absorption régulière d'un excès d'alcool; la quantité consommée en une seule fois est d'habitude trop faible pour enivrer, mais répétée souvent et en tout temps, elle fait des ravages terribles sur le système nerveux de l'individu. Le développement de l'alcoolisme est chose moderne, et presque entièrement le fait des classes industrielles les plus pauvres, qui se nourrissent insuffisamment et consomment un excès d'alcool, généralement d'une très mauvaise qualité.

L'alcoolisme et les maladies du foie se rencontrent principalement chez les dockers et les ouvriers en métaux. Avant de

partir au travail, le matin, beaucoup de dockers ou d'ouvriers de manufactures prennent un stimulant consistant en un demi-quart de pinte de rhum dans du café, ou bien en un demi-verre d'ale et un petit verre de gin; à déjeuner ils prennent environ une chopine d'ale ou peut-être une quantité plus forte, avec à peine de nourriture solide; pendant les repas, qui durent une quinzaine de minutes chacun, ils consomment encore de l'ale ou de l'alcool; une chopine ou deux d'alcool tiennent lieu de dîner; après les heures de travail, la quantité de liqueur consommée dépend des moyens du buveur, des amis qu'il rencontre, etc. Voilà celui qui, bien que ne s'enivrant peut-être jamais, devient rapidement une victime de l'alcoolisme et un danger pour la société, car ses enfants naissent alcooliques et transmettent cette tare aux générations futures.

C'est là qu'est le danger, un danger très réel et très grave, et les réformateurs tempérants mériteraient la sympathie universelle s'ils bornaient leurs efforts à entraver l'alcoolisme là où l'alcoolisme existe réellement. Mais la raison de leur insuccès est que leurs efforts prennent de mauvaises voies; ils cherchent à augmenter le nombre de leurs adeptes et s'efforcent d'obtenir de commis de banques ou d'autres membres inoffensifs de la société, le serment qu'ils ne boiront jamais de stimulants. Un verre de vin fait du bien, en réalité il est nécessaire au bien-être de toute personne dont l'esprit est appelé à fournir un certain travail, et l'alcoolisme n'a jamais menacé le buveur modéré; l'intempérance, quand elle est fortuite et joyeuse, ne conduit pas à l'alcoolisme.

D'après les statistiques très intéressantes établies par le docteur W. C. Sullivan, officier au service des prisons en Angleterre, le nombre d'arrestations pour ivresse, en prenant la moyenne de dix ans pour 100,000 habitants, a été de 2228.8 par an dans le comté de Durham, et seulement de 97.0 dans Buckinghamshire; pendant la même période, le nombre des décès par alcoolisme ou par cirrhose du foie a été de 15.9 dans le comté de Durham et de 27.76 dans Buckinghamshire; dans le Lancashire, les arrestations pour ivresse ont été de 806.4 et les décès dus à l'alcoolisme ou à des maladies de foie, de 25.29. Des chiffres analogues pour les autres comtés montrent que, dans les districts miniers, tels que Durham, Northumberland et le Pays de Galles, bien que les cas d'ivresse dépassent énormément en nombre ceux de tous les autres comtés, le nombre des décès par alcoolisme est le plus faible de l'Angleterre; il est le même que dans les districts agricoles. Cela est dû entièrement au fait que les mineurs ne boivent pas d'alcool tout le long du jour, mais s'enivrent d'une

manière hygiénique et gaîment de temps à autre, les jours de fêtes.

Si les partisans de la tempérance voulaient seulement se rendre compte de la différence qui existe entre l'usage modéré et hygiénique de stimulants au moment des repas, et l'habitude néfaste de boire de l'alcool toute la journée, ils trouveraient du support enthousiaste et bienveillant de la part des commerçants en vins. S'ils doivent avoir une législation prohibitive, que ce soit de la bonne manière, et que leur bon sens leur indique que la cause de la tempérance serait mieux servie par la fermeture de boutiques où l'on vend la goutte aux premières heures du matin, pour empêcher les ouvriers de prendre leurs mauvais stimulants avant de commencer le travail, qu'en forçant les gens qui vont au théâtre d'avaloir leur souper ou de s'en passer comme cela se fait avec le système actuel ridicule de l'heure de la fermeture.

La maison Garrett & Co., de Malaga, est maintenant représentée au Canada. Cette maison est très ancienne et possède depuis de longues années de vastes vignobles aux environs de Malaga.

Le vin de Malaga n'est pas très connu au Canada et c'est dommage, car c'est probablement le plus exquis des vins de dessert; c'est incontestablement le vin favori des dames.

Très bouqueté, liquoreux et léger tout à la fois, suffisamment alcoolique sans l'être trop, ce vin a conquis depuis longtemps une grande réputation en Europe.

Les dîners les plus élégants à Paris comme à Londres, à Vienne comme à St-Petersbourg, se terminent toujours par le Malaga quand vient l'heure des fruits et des sucreries.

C'est le vin par excellence des "five o'clock teas" car c'est le seul qui se puisse boire en croquant des bonbons sans que son bouquet en soit altéré, sans qu'il paraisse acide ou amer au palais.

MM. Laporte, Martin & Cie, Ltée, qui sont agents de MM. Garrett & Co., attendent incessamment une importante consignment de Malaga en fûts et en bouteilles.

Ces vins pourront être livrés à des prix très avantageux, car ils passent directement sans intermédiaire d'aucune sorte du producteur au marchand de gros.

Nous avons annoncé il y a quelque temps, que MM. L. Chaput, Fils et Cie avaient l'intention d'embouteiller et mettre sur le marché sous cette forme, les excellents Porto de Starmouth, Tait & Co.

C'est maintenant chose faite et l'on peut se procurer ces vins réellement supérieurs au prix de \$13 la caisse de 12 bouteilles et \$14 la caisse de 24 demi-bouteilles.

La marque adoptée est House of Lords. Ce nom vient de ce que la maison Starmouth, Tait & Co., a le privilège exclusif de fournir le vin de Porto en fûts à la Chambre des Lords d'Angleterre.

Au banquet offert aux premiers Ministres de l'Empire Britannique, au Colston, Hall, à Bristol, le 15 mai, le Canadian Club Whisky figurait sur la liste des vins et liqueurs.



La Compagnie
de
Publications Commerciales

EDITEURS, IMPRIMEURS
RELIEURS, REGLEURS
ETC., ETC.

Travaux en Noir et en Couleur
Soignés
et
Exécutés promptement.

LA CIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES
DEPARTEMENT DE L'IMPRESSION
MONTREAL.



IMPERIAL BREWERIES CO., LTD.

La Brasserie Salvador qui appartenait à MM. Reinhardt & Co., vient d'être achetée par un groupe d'hôteliers qui se sont constitués en Société sous le nom de "Imperial Breweries, Ltd."

Cette nouvelle Compagnie a un capital autorisé de \$100,000, divisé en 4,000 actions de \$100; 2,250 de ces actions sont actuellement offertes pour souscription aux hôteliers, épiciers et détailliers de bière.

D'après les rapports des principaux intéressés, une grande partie du stock offert serait déjà souscrite, le chiffre des actionnaires dépassant actuellement 200.

Les directeurs de la Compagnie sont MM. Jos. Gravel, président; J. Bte Péloquin, vice-président; Abraham Dupéré, et O. B. D'Aoust, secrétaire-trésorier.

Mardi prochain aura lieu l'inauguration de la Brasserie. Une grande réunion des hôteliers, épiciers et détailliers de bière sera tenue ce jour-là, à la Brasserie même, à 8 heures du soir.

PRODUCTION ET CONSOMMATION DU HOUBLON DANS LES PRINCIPAUX PAYS

Quatre pays fournissent 86 pour cent de la récolte du houblon du monde entier. L'Angleterre est au premier rang de ces pays avec 28.1 pour cent de la production totale, la récolte de 1905 étant adoptée comme base. Après elle, viennent l'Allemagne avec 23.3 pour cent, puis les Etats-Unis avec 20 pour cent et l'Autriche-Hongrie avec 14.4 pour cent. La situation relative de ces pays est assez bien indiquée par la récolte de 1905; mais un rapport du Bureau de la Statistique du Département de l'Agriculture des Etats-Unis montre que, malgré la forte récolte de 1905, la production du houblon décline en Angleterre et en Allemagne, tandis qu'elle augmente notablement aux Etats-Unis.

Une particularité de la culture du houblon est que cette culture est extrêmement localisée tant aux Etats-Unis que dans les autres pays. D'après le recensement fait en 1900, moins de 1 pour cent de la récolte des Etats-Unis provenait d'états autres que les états de New-York, Washington, Orégon et Californie et, dans ces états, la culture du houblon est limitée à certains districts très restreints. Dans l'état de New-York, la plus grande partie du houblon est récoltée dans les comtés de Otsego, Schoharie, Madison, Oneida et Franklin, ces comtés étant cités par ordre d'importance de production; pour l'état de Washington le houblon est cultivé dans les trois comtés de Yakima, Pierce et King; quatre comtés de l'Orégon, Marion, Polk, Yamhill et Clackamas fournissent

la plus grande partie de la récolte de cet état et, en Californie, le houblon est surtout cultivé dans les comtés de Sonoma, Souramento, Mendicino et Yuba. Cela s'applique également à la récolte de 1899; mais depuis cette époque il y a eu une extension marquée des surfaces de production dans les états de la côte du Pacifique.

La moitié du houblon pour le commerce international est expédiée au Royaume-Uni, qui importe ce houblon principalement des Etats-Unis. Les pays importateurs d'importance secondaire qui ont reçu, en 1904, de 3,000,000 à 5,000,000 de livres de houblon chacun, sont la Belgique, la France, l'Allemagne, les Pays-Bas et les Etats-Unis.

Dès l'année 1880, les Etats-Unis importaient un demi-million de livres de houblon et leurs importations s'élevaient à deux millions de livres en 1882.

Depuis cette époque, la quantité de houblon importé a varié de 3,000,000 à 4,000,000 de livres, annuellement sauf pendant deux ou trois ans et, en 1905, ces importations se sont élevées à 10,000,000 de livres.

D'autre part, les exportations de houblon des Etats-Unis ont varié de un quart de million à un million de livres de 1851 à 1859; après cette période, les exportations ont continué à être sujettes à de grandes fluctuations, s'élevant, en certaines années, jusqu'à 10,000,000 et 21,000,000 de livres.

En 1905, année où les importations ont été extraordinaires, les exportations ne les ont surpassées que de 3,000,000 de livres, soit d'environ un tiers de ce qu'était cet excédent dans les années récentes.

CONSOMMATION ET PRODUCTION DE LA BIÈRE DANS LES PRINCIPAUX PAYS

Le consul général R. J. Wynne à Londres donne l'extrait suivant, tiré d'un journal de Londres, du rapport annuel du chancelier de l'Echiquier; cet extrait fournit des chiffres intéressants concernant la production et la consommation de la bière et des boissons alcooliques dans le Royaume-Uni et d'autres nations.

En 1905, la quantité totale de bière consommée dans le Royaume-Uni était en moyenne de 27.7 gallons par tête d'habitant et, bien que cette quantité soit inférieure de 3 gallons à celle de l'année 1901, elle dépasse de 1.5 gallon la quantité de bière bue en moyenne en Allemagne. Le Royaume-Uni n'offre qu'une capacité moyenne de consommation relativement à la Belgique, où il a été consommé 49 gallons par tête d'habitant en 1905; ce dernier état détient ainsi le record pour la consommation de la bière parmi toutes les nations. Mais certains états allemands en consomment

encore davantage: la Bavière, 51.7 gallons par tête d'habitant; en 1899, elle en a consommé presque 3 gallons de plus par tête.

La situation des principales nations par rapport à la consommation de la bière par tête d'habitant est indiquée dans le tableau suivant:

Pays	1901 Gall.	1902 Gall.	1903 Gall.	1904 Gall.	1905 Gall.
Belgique.....	48.2	47.1	47.7	48.2	48.8
Royaume-Uni...	30.8	30.3	29.7	28.8	27.7
Allemagne.....	27.3	25.5	25.7	25.7	26.7
Danemark.....	21.1	20.8	20.2	20.5	20.5
Etats-Unis.....	14.6	15.0	15.2	15.4	16.8
Autriche.....	15.8	15.4	14.7	15.2	14.3
France.....	8.1	8.1	7.7	8.1	7.5

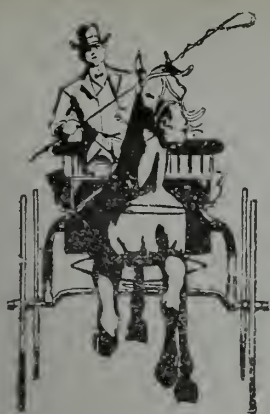
L'Allemagne est le principal pays producteur de bière, avec 1,601,000,000 de gallons en 1905. Le Royaume-Uni qui en fabriquait 1,219,000,000 de gallons, a récemment cédé la seconde place aux Etats-Unis, qui en produisent 1,413,000,000. Le Royaume-Uni est loin en arrière comme pays buveur de spiritueux ou de vins. Sous ce rapport, il cède le pas à quelques-unes de ses colonies, qui se soucient peu de la bière. L'Australie et le Canada, qui consomment respectivement 11.3 et 5.4 gallons par tête de population, boivent plus de spiritueux que le Royaume-Uni par rapport à la population. Les Danois sont les plus forts buveurs de spiritueux, ainsi que le montre le tableau suivant, où les chiffres indiquent la consommation par tête:

Pays.	Gal. 1901.	Gal. 1904.	Gal. 1905.
Danemark	2.60	2.44	2.42
Autriche	2.20	1.98	1.99
Hongrie	1.76	1.98	1.98
Allemagne	1.63	1.54	1.43
Hollande	1.56	1.50	1.43
Suède	1.65	1.34	1.36
France	1.33	1.50	1.37
Etats-Unis	1.13	1.21	1.26
Russie92	.95
Belgique	1.89	1.14	1.10
Australie97	.87	.96
Canada76	.95	.94
Royaume-Uni	1.09	.95	.91

L'INDUSTRIE DES BOUCHONS EN ESPAGNE

Le consul général Benjamin H. Ridgley, de Barcelonne fournit les renseignements suivants concernant l'industrie des bouchons dans cette partie de l'Espagne:

Une des grandes industries de ce district est la fabrication des bouchons à San Felin de Guixols et aux environs, petit port de mer à environ 100 milles de Barcelonne; c'est là que presque tous les bouchons à champagne employés en Europe, ainsi que les bouchons d'autre espèce sont fabriqués. Les exportations de bouchons de ce port aux Etats-Unis seuls se sont élevées à \$1,337,475 en 1906, contre \$1,286,012 en 1905. L'augmentation de ces exportations est due à la demande soutenue pour les bouchons de la



L'équipage qui attire tous les regards,

Nous l'Avons.

Un joli "Runabout" moderne, essieu en acier arqué, bandage en caoutchouc creux 1¼, "genre automobile,"

phaéton, ou siège fixe (stick seat), piano box, 22 pouces.

Barres légères garnies de caoutchouc véritable ou barre en cuivre doré.

HARNAIS

convenant à l'équipage ci-dessus, Avaloire en cuir "Cordovan" souple, sellette flexible ou sellette Kay.

Nous montrons nos marchandises avec plaisir, que vous achetiez ou que vous n'achetiez pas.

Tous les articles pour CHEVAUX ou ECURIES.

E. N. HENEY CO., Limited.

Manufacturiers en Gros.

333-335 rue St-Paul, - MONTREAL.

LAW, YOUNG & CO.

MONTREAL.

CHAMPAGNE

POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
Ale & Stout.....Daukes & Co.
Bénédictine.....Benedictine Co.
Bourgognes.....Bouchard père et fils.
Brandy.....Renault & Co.
Cherry Whisky (The Original) Fremy's
Claret et Sauterne.....Nathl. Johnston & Sons.
Crème Cacao Chouva . . . A. Droz & Cie.
Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
Gin London Dry "Gordon's."
Ginger Ale Anglais..... "Schweppes."
Lime Juice.....L. Rose & Co.
Liqueurs.....Marie Brizard & Roger
Madère.....Leacock & Co.
Soda Anglais..... "Schweppes."
Stout.....Wheeler & Co.
Tarragone.....Louis Quer.
Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
Vin de Malaga.....Crooke Bros.
Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
Vins de Porto et Sherries.."Mackenzie."
Vins du Rhin et Moselle...Koch Lauteren & Co.
Whisky Ecossais..... "Kilmarnock."
Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.



Cette Marque Célèbre
Mise en

Pintes, Chopines, ½ Chopines et Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott Ontario.

"NEW-YORK."

CANADA."

variété connue sous le nom de "discs", qui a obtenu de la vogue il y a environ deux ans. Ces bouchons ont une épaisseur d'environ un-huitième de pouce et remplacent avantageusement les bouchons de dimensions régulières pour l'embouteillage à bon marché. On les emploie beaucoup pour le bouchage des bouteilles contenant des eaux minérales effervescentes et autres liquides similaires de toute sorte. Le liège dont sont faits ces bouchons et d'autres produits, tels que semelles intérieures de chaussures, est importé de Portugal, d'Algérie et d'Andalousie.

LES BONNES QUALITES DE LA BIERE

Dans la dernière édition révisée de son ouvrage "Food and the Principles of Dietetics", le docteur Robert Hutchison, la plus haute autorité en Angleterre sur ce qu'il convient de boire et de manger, déclare que les bières contenant une faible proportion d'alcool sont décidément préférables aux boissons dites de tempérance. Il définit la bière le produit de la fermentation du malt et du houblon, contenant quatre pour cent d'alcool en volume, et donne à la bière même plus forte la première place comme breuvage nourrissant. Une chopine impériale de bière est la plus petite quantité que le docteur Hutchison prescrirait par jour à toute personne en bonne santé. Mais cette quantité peut être augmentée en toute sécurité pour les personnes menant une vie active, en plein air. La mesure d'une chopine par jour convient aux personnes dont la vie est plus ou moins sédentaire. D'après les tables du docteur, la proportion d'alcool dans la bière est très faible. Dans la lager, cette proportion est de 3.5 pour cent et même moindre. Il trouve une once d'alcool dans une chopine, vingt onces, d'ale anglaise. Quand l'alcool se trouve dans l'estomac dans la proportion de 1-1.5 pour cent du fluide digestif, la digestion est aidée, et le docteur déclare que ce n'est que lorsque la proportion d'alcool dans l'estomac atteint 20 pour cent, que la digestion est arrêtée.

Les bonnes proportions d'alcool existent plus dans la bière que dans toute autre boisson spiritueuse.

Il met en garde contre l'habitude de boire de l'eau d'une manière inconsidérée, parce que "l'eau est un véhicule très dangereux d'infection". Elle traverse l'estomac si rapidement que les liquides antiseptiques naturels de l'estomac n'ont pas le temps de tuer les germes. La bière ne reste pas plus longtemps que l'eau dans l'estomac, et elle a cet autre avantage sur l'eau, que l'alcool est absorbé dans l'estomac, tandis que l'eau ne l'est pas; ainsi un verre de bière rafraîchit presque instantanément et fournit

un aliment en même temps qu'un stimulant, parce que les corps solides contenus dans la bière sont convertis en nourriture par le procédé de l'absorption.

Ces idées sages du docteur Hutchinson forment un contraste agréable avec les conclusions imparfaites d'un si grand nombre d'hommes soi-disant compétents en la matière, qui émettent des opinions sans avoir fait des recherches à ce sujet. Les bonnes qualités de la bière deviennent de plus en plus connues et les propriétés précieuses du whisky et du brandy arrivés à une bonne maturation sont aussi reconnues. Le bon sens est un grand facteur dans cette question, et est utile plus que toute espèce de déclamation.

CONSEILS AUX BUVETIERS

Tenez le dessus du comptoir sec.

Répondez à toutes les questions si vous le pouvez.

Le manque de civilité peut vous faire perdre un bon client.

Si un client renverse un verre, n'ayez pas l'air fâché. Remplissez le verre une seconde fois sans murmurer.

Faites attention à la manière dont vous servez du linge à essuyer les verres. Son emploi pour le visage a fait perdre de nombreux clients.

Le buveteur qui gagne de l'argent est celui qui est bien mis, propre et obligeant.

N'offrez jamais un verre à demi rincé pour la bière ou les liqueurs; ayez soin que le zeste de citron servi soit exempt de taches.

Ne négligez pas un client qui demande un verre de bière. Il a droit aux mêmes égards que l'homme qui commande une boisson de fantaisie.

La politesse a fait gagner beaucoup de clients et est toujours désirable.

Ayez soin de placer l'argent que vous rendez en face de la personne qui a payé. Il vaut mieux mettre l'argent dans sa main.

Si vous êtes de mauvaise humeur, ne regardez pas votre client d'un air désagréable.

Si on vous passe une mauvaise pièce de monnaie, percée d'un trou, rendez-la, en disant poliment: "Vous rappelez-vous où on vous l'a donnée?"

Servez vos clients à tour de rôle. Certains hommes voudraient être servis avant leur tour.

N'essayez pas de substituer une liqueur quelconque à celle qui est demandée. Dites que vous en êtes à court pour le moment, même si vous n'en avez jamais eu.

Ayez des serviettes propres en avant du comptoir; mieux encore, offrez une serviette à chaque personne qui prend une consommation de 15 cents. Cela vous sera profitable.

NOMS PRECIS DE QUELQUES METS

Le docteur Thudichum, dans "The Spirit of Cookery" donne les désignations exactes de certaines expressions employées dans l'art culinaire:

"A l'anglaise" signifie qu'une viande est rôtie ou bouillie de la manière la plus simple ou préparée d'une manière particulière à ce pays, sans que cette préparation soit nécessairement simple.

"A l'italienne" indique qu'un plat est garni de macaroni savoureux ou de ravioli, ou que du fromage parmesan est employé comme assaisonnement.

Un met à la provençale est cuit dans de l'huile d'olive et assaisonné d'ail.

L'expression "à la Périgord" s'applique à un plat où les truffes sont en abondance.

L'expression "à la Normande" s'applique à un ragoût de poisson où a un mets où il entre des pommes.

"A la Dauphinoise" indique une viande braisée, couverte d'une sauce épaisse, roulée dans de la chapelure et frite.

"A la Bourguignonne". Mets dans la sauce duquel il entre du vin rouge.

"A la Bordelaise". Mets préparé au vin blanc.

"A la jardinière". Collection typique de légumes employés dans les soupes, les ragoûts et les entrées.

"A la printanière". Légumes nouveaux avec une application un peu plus étendue.

"A la macédoine". Légumes verts en sauce blanche, également salade faite d'une variété de légumes cuits ou de fruits.

"A la maître d'hôtel" signifie généralement un mets préparé simplement ou une sauce au beurre fondu.

"A la Soubise" s'applique d'habitude aux plats qui contiennent des oignons en quantité.

"A la Crécy" se rapporte à une garniture de carottes, particulièrement en purée.

"A l'Allemande". Allusion à la préparation particulière des aliments dans les provinces allemandes, avec choucroute ou sauce sucrée pour la venaison.

"A la Polonaise", terme employé pour les mets où il y a des betteraves ou du chou rouge, comme dans le mets national polonais appelé borsh.

"A la Chipolata". Ce terme s'applique aux plats qui contiennent des saucisses italiennes à la saveur étrange ou à la viande hachée avec laquelle ces saucisses sont remplies.

LA VIE DES BARMAIDS EN ANGLETERRE

"Il n'existe pas une seule barmaid dans un café ou un hôtel de premier ordre qui penserait à quitter sa place, pour entrer dans un magasin ou dans un restaurant. Les gens qui croient le contraire ne con-

BERNARD & LAPORTE

Importateurs des Célèbres
Liqueurs Françaises

Portant la marque **GABRIEL VIARD**, de Troyes, France.

"Pur Abricot,"
"Viardictine,"

"Marasquin,"
"Chartreusette,"

"Cacao Shouwa,"
"Crème de Moka,"

"Curaçao,"
"Anisette," etc.

Cognacs de la Maison
LUCIEN FOUCAULD & Co.

En Caisses et en Fûts

Les Marques **Medico-Tonic**

★ et ★★★

sont les plus populaires sur notre marché. On les trouve en vente dans tous les principaux établissements. Pour Prix et Renseignements, s'adresser aux

Seuls Agents pour le Canada:

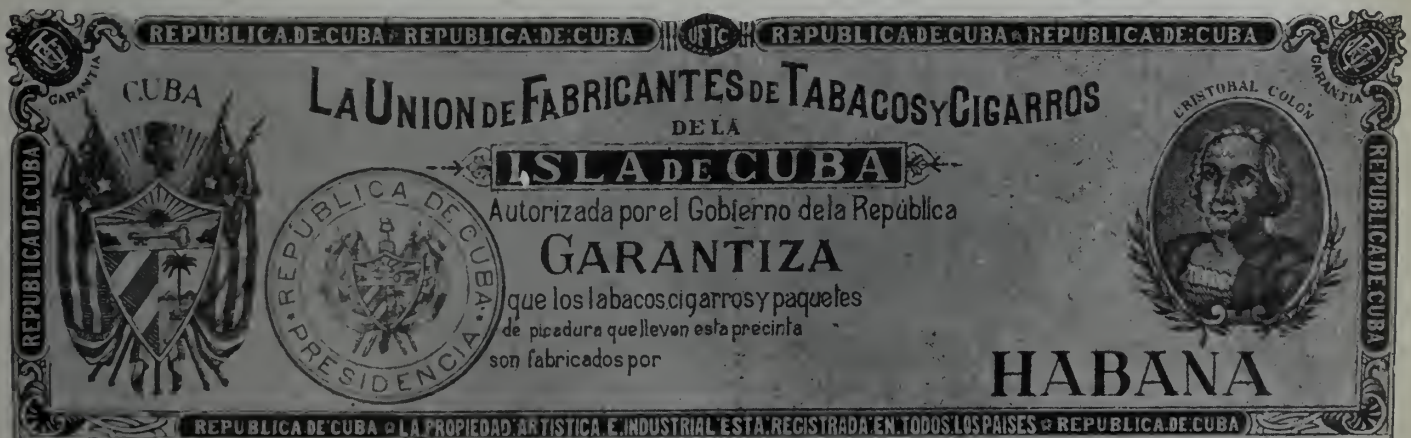
BERNARD & LAPORTE

253-255, rue St-Paul, - - - MONTREAL.

ETIQUETTE D'EXPORTATION DES FABRICANTS DE CIGARES DE CUBA.

Autorisé par le Gouvernement de la République de Cuba.

Le nom du Fabricant ou celui de sa Marque sera imprimé sur l'espace en blanc de cette Etiquette.



DETAILLANTS ET FUMEURS

Veillez Remarquer que toutes les boîtes de cigares et de cigarettes et tous les paquets de tabac haché portant une copie de l'étiquette de l'**Union**, portent une **Garantie** que leur contenu est un produit **Pur** de la **Havane, Cuba**.

Toutes les boîtes et tous les paquets qui ne portent pas cette étiquette **Peuvent** n'être **Pas** des produits **Véritables** de la **Havane, Cuba**.

Couleurs de l'**Etiquette**:—Noir sur fond bleu pâle.—Couleur du Sceau de la Présidence de la République:—Bleu foncé.

naissent rien à ce sujet. La barmaid a de meilleures heures, souvent une meilleure nourriture, beaucoup plus de liberté, une vie plus libre et plus agréable et un salaire bien meilleur qu'une jeune fille dans une maison de nouveautés ou dans un restaurant".

Voilà la réponse quelque peu surprenante qu'a fait une piquante reine du bar, dans un hôtel de Manchester, quand on lui demandait s'il était vrai que les barmaids n'étaient pas bien traitées et qu'elles n'avaient pas une vie enviable.

"Comparez seulement mes devoirs avec ceux de la jeune fille qui est derrière un comptoir, dit-elle. Je dois descendre à sept heures le matin. J'époussette les tables dans le fumoir et je vois à ce que le garçon ait nettoyé les cuivres et ait fait du feu. A 8.30 heures j'ai une demi-heure pour aller déjeuner et on m'accorde à partir de 9 heures jusqu'à 10 pour m'habiller. De 10 heures jusqu'à une heure, je suis au bar et j'ai une demi-heure pour dîner. A partir de deux heures jusqu'à quatre heures moins un quart, je me repose dans ma chambre, et depuis quatre heures moins un quart jusqu'à onze heures quinze, je suis dans le bar. J'ai une demi-journée libre, c'est-à-dire de deux heures jusqu'à onze, une fois par quinzaine.

"Je reçois neuf shillings par semaine, tout mon blanchissage est fait ici et ne me coûte rien et je suis nourrie exactement comme la famille. Tant que je n'enfreins pas les règlements, je suis absolument libre. Je bavarde avec les clients, je suis assise pendant une bonne partie de la journée et je ne crains pas, quand tout est tranquille, de lire un journal ou un livre, ou d'envoyer chercher une tasse de thé.

"Comparez cela avec la vie de la jeune fille dans un restaurant; elle n'a pas un aussi bon salaire, car il faut qu'elle paie sa nourriture; elle est debout toute la journée et elle est surveillée étroitement tout le temps.

"La même chose s'applique à la jeune fille qui est dans un magasin d'une grande ville. Elle est surveillée et elle est supposée travailler continuellement. Elle a peu de liberté et pas autant d'argent. Je préfère de beaucoup le bar"

Une grande jeune fille au port de reine, très estimée des clients d'une maison de Salford, se mit à rire à l'idée qu'elle n'aimait pas le travail.

"Je ne voudrais pas travailler avec d'autres jeunes filles. Une fille est naturellement jalouse et égoïste. Un commis de bar fera pour vous bien des choses si vous le lui demandez poliment. J'aimerais mille fois mieux travailler avec lui. Je gagne neuf shillings, avec tout mon entretien et je n'aimerais pas abandonner cette situation".

Une autre jeune fille dit qu'elle n'aimait pas à travailler derrière un comp-

toir, après avoir entendu ce que sa soeur lui a raconté. "Imaginez-vous de défaire une douzaine de boîtes pour vendre un article de un shilling à une vieille femme ennuyeuse! Et chaque fois qu'une cliente s'en va sans acheter, le surveillant fait des critiques, adresse des blâmes, quelles que soient les personnes présentes".

Un propriétaire de bar se mit à rire à l'idée que les barmaids étaient mal nourries et mal payées. "Le public ne sait pas que ces jeunes filles ont du temps dans la journée pour se reposer, dit-il. Elles sont mieux payées que les jeunes filles employées dans les magasins et ont une vie plus agréable. Elles doivent être intelligentes, s'entendre aux affaires, d'un visage agréable et d'une bonne éducation. Elles ont des occasions de lier conversation avec des hommes de diverses classes et si elles sont les personnes qui conviennent pour leur métier, ce métier ne leur fait pas de tort, il ne leur fait que du bien.

"En outre, elles rencontrent beaucoup de jeunes gens convenables et souvent font de bons mariages".

LE VIN D'OPORTO

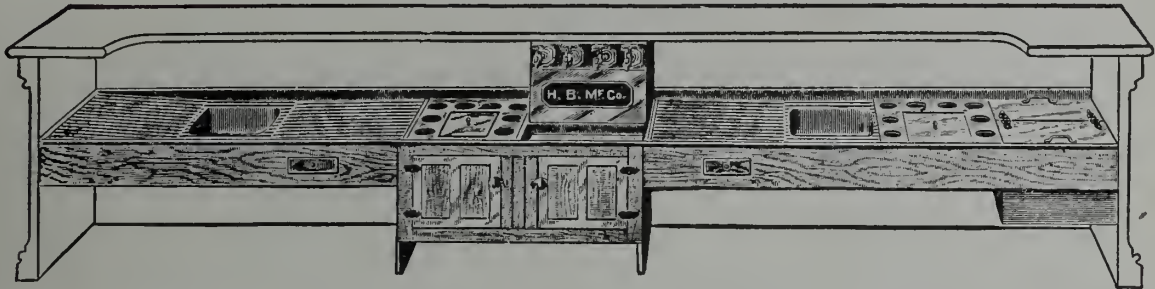
(Suite).

"Le vin réjouit le cœur de l'homme" a dit le psalmiste. "Ne buvez plus d'eau, mais employez un peu de vin pour le bien de votre estomac," a écrit Saint-Paul à ses disciples. Le vin, non seulement provoque la gaieté des nations, mais encore il communique de la vigueur à l'esprit et au corps et adoucit, s'il ne peut pas les guérir, la plupart des maux auxquels la chair humaine est soumise. Le vin a toujours été un article important pour le revenu de la Grande-Bretagne. Le climat de l'Angleterre, avec ses intermittences brèves de soleil et son atmosphère si souvent chargée d'humidité, n'est pas propice à la culture de la vigne. Dans ce pays, la plante s'étiolé sous un ciel chargé et le jus du raisin tourne en eau. Ce jus subit un simulacre de fermentation. Au Moyen-Age, tous les établissements ecclésiastiques d'Angleterre cultivaient la vigne et faisaient du vin pour les besoins du culte, au cas où le produit étranger n'aurait pas pu arriver dans le pays. Le breuvage médiocre était utile au réfectoire où il empêchait toute tendance à trop boire, mais les hommes de cave savaient très bien les conséquences qui auraient résulté pour eux s'ils avaient permis, par inadvertance, que ce vin fût bu par le supérieur. Ces dignitaires mortifiaient leur chair avec les vins les plus fins de Bourgogne et de Bordeaux. Un breuvage de luxe qui, pour ceux qui y sont accoutumés, devient une nécessité, un produit étranger dont l'importation ne pouvait pas affecter les industries locales

et dont le prix, quoique élevé n'excitait pas la colère de la populace turbulente, était, sous tous les rapports, apte à être taxé; en conséquence, des droits sur le vin furent imposés en Angleterre en des temps très reculés. Sous l'influence de la civilisation des Normands, les Anglais renoncèrent à la gloutonnerie et à l'ivrognerie qu'ils avaient acquises pendant la domination des Saxons et des Danois. A mesure que l'intempérance vulgaire s'évanouit, la demande pour le vin augmenta, de sorte que l'augmentation continue du revenu, au moyen des droits sur le vin, aida à remplir les coffres des rois normands. Quand Henri III était imprévoyant plus que de coutume, il songeait à faire un peu d'argent en vendant du vin à son propre compte et les commerçants anglais furent étonnés d'apprendre à Bordeaux que les agents de leur roi leur faisaient concurrence pour s'approvisionner. Quel profit résulta de cette entreprise royale? On dit qu'il n'y en eut aucun, mais le roi était un mauvais payeur. Les comptes couraient jusqu'à ce qu'ils fussent perdus de vue et le crédit royal s'en ressentit. On raconte d'un certain marquis de Donegal, qui vivait il y a un demi-siècle, qu'il était extrêmement précis et méthodique dans ses habitudes. Il conservait soigneusement toutes les factures qu'il recevait et inscrivait en arrière le montant, la date et le nom de celui qui la lui envoyait. Il la plaçait ensuite dans un endroit approprié et faisait la remarque suivante: "Grâce à Dieu, voilà un compte réglé." Quand son héritier prit possession de son titre et de ses propriétés et apprit qu'il faudrait plusieurs années de revenu pour payer ces comptes qui n'avaient pas été réglés, il n'apprécia pas du tout la méthode. Quand Edouard 1er monta sur le trône d'Angleterre, il rencontra une difficulté du même ordre. Factures après factures lui étaient envoyées pour les achats que son père n'avait pas payés, de sorte que le commencement de son règne fut troublé par des questions monétaires. Toutefois, Edouard 1er était un monarque prudent et capable et tout ce qu'il entreprit le fut pour l'avantage permanent de son royaume plutôt que pour son profit personnel. Sa devise favorite "Keep Troth" était son principal principe. Il n'y eut jamais de difficultés entre lui et les citoyens de Londres. Il mit fin à leur étroitesse d'esprit en accordant à des commerçants étrangers le droit de faire des affaires en Angleterre. Ces marchands payèrent les mêmes droits sur les vins qu'ils importaient que les propres sujets du roi et ils étaient exempts des droits de "murage, de pontage et de panage", droits prélevés par les officiers de la Cité. Le Portugal est compris dans ce "Carta Mercatoria", et, en 1294, un traité de commerce fut passé entre Edouard 1er, d'An-

FOURNITURES DE BARS ET REPARATIONS DE BARS.

AUX PRIX DES MANUFACTURIERS.



The HAMILTON BRASS MANUF. CO., Limited

HAMILTON, Ont.

MONTREAL, Que.

Les seuls Manufacturiers Canadiens de

"Workboards," Boîtes à Glace, Pompes à Bière, Mesures, Cuillères, "Shakers,"
Extracteurs de Bouchons, Compresseurs de Citrons et Pièces Diverses.

Bureau à Montréal, = = = 327 Rue Craig, Ouest.

Téléphone Bell: Main 3245.

Téléphone des Marchands: 774



L'Augmentation constante de la consommation du

Vin St. Martin

le plus ancien des Toniques Reconstituants, le plus agréable et le plus généreux des Vins, mérite d'attirer l'attention du Commerce. Le . .

Vin St. Martin

est en demande partout : nous l'annonçons libéralement et invitons le commerce à recueillir le bénéfice de la demande considérable que nous créons ainsi.

DISTRIBUTEURS GENERAUX:
Maison FOURNIER-FOURNIER
ST-HYACINTHE, P.Q.

Avez-vous
Essayé les

Cocktails Saratoga

"Manhattan,"
"Club Whisky,"
"Brandy,"
"Holland."

Les seuls Cocktails de ces marques faits au Canada.

En vente chez tous les marchands de Liqueurs en gros.

Escomptes spéciaux aux maisons de gros.

AGENTS POUR LA PUISSANCE.

D. McMANAMY & CO.

Marchands de Liqueurs en Gros

SHERBROOKE, QUE.



gleterre, et Diniz de Portugal; c'est le premier indice de relations amicales établies entre l'ancien et le nouveau monde et c'est un témoignage en faveur des monarques qui prévoyaient de longue date ce qui arriverait plus tard.

L'échange gratuit de commodités continua à se faire à leur avantage mutuel et, le 25 juillet 1352, Edouard III fit une proclamation royale défendant à ses sujets de faire aucun dommage aux Portugais. L'année suivante, un codicille au traité commercial de 1294 fut signé à Londres par Alferoso Martins Alho, un marchand de vin portugais, qui avait été envoyé en Angleterre comme représentant des marchands des cités maritimes du Portugal. Ce traité est une preuve indubitable que le vin portugais à cette époque était échangé librement contre les tissus d'Angleterre; mais il y a toute raison de croire que ces vins provenaient des rives du Minho et étaient le produit de la vigne plantée par "Ré Laviador".

Les sources des belles rivières qui fertilisent de vastes plaines et portent des quantités de marchandises à la mer, sont situées dans des étendues de terrain sauvage, coupées de montagnes; elles ne sont que faiblement indiquées sur les cartes et ne sont explorées que pas des montagnards expérimentés. Le commerce du vin d'Oporto en Angleterre peut être assimilé à la manière dont cette partie du pays est explorée. Les petits vaisseaux qui transportaient du poisson séché en Flandre, sur la côte est d'Angleterre avaient toujours à bord un ample approvisionnement de vin du pays, pour l'usage du capitaine et de l'équipage, pendant ce long voyage. Les acheteurs de poisson étaient parfois régalez au moyen de ce vin qui leur semblait du nectar. Quand les commerçants s'aperçurent que leur produit ordinaire leur rapportait un prix plus élevé quand les transactions étaient bien arrosées, ils emmagasinèrent à chaque voyage successif des provisions de vin de plus en plus grandes, jusqu'à ce que le vin qui, à l'origine, n'était qu'un lest, devint un article lucratif dans la cargaison.

Quand, peu à peu, le vin de Portugal pénétra dans les grandes cités de Londres, Norwich et Bristol, il n'attira pas l'attention tout d'abord. Les vins dénommés "Sacks" de Sherry, de Chypre, des Canaries et de Malaga, tous sucrés, étaient alors en haute estime et commandaient les plus hauts prix. Les vins de Bordeaux et du Rhin étaient alors à bon marché et populaires, surtout les vins de Bordeaux. Le produit portugais semblait appartenir à une qualité bien inférieure et avoir été employé principalement pour abaisser le prix des autres breuvages. Il est indiqué comme claret grossier, d'une stabilité douteuse. Quand on le mentionnait, on l'accolait invariablement avec le produit de la Galicie. Si, comme nous le soupçonnons, ce vin provenait des vignobles plantés au début par Diniz, sur les rives du Minho, cette classification s'explique, car la frontière nord du Portugal touche à celle de la Galicie.

L'agriculture, avec la viticulture qui en découle, n'a pas fait au Portugal les progrès soutenus qui auraient pu être attendus de ses débuts. Aux époques héroïques, l'esprit d'aventure détournait les idées de tous les hommes de la culture utile, mais prosaïque. Vinrent ensuite les soixante ans de captivité, alors que Philippe II d'Espagne enleva au royaume voisin toute son indépendance. Quand les Portugais la recouvrèrent, le pays eut à souffrir de la peste et de la famine, puis de la révolte. Nous savons encore que tout le district de Beira, appelé généralement Figueira, du nom du port d'exportation, fut peu à peu planté en vignes luxuriantes. Un développement similaire se produisit dans la région de Lisbonne et il est probable que beaucoup de ces plantations donnèrent l'essor à celles qui ont fourni les vins Colares et Bucellas, les vins sucrés Carcavellos et Muscat, de Setuval, si grandement appréciés sur ces marchés, il y a une ou deux générations.

Vers la fin du XVII^e siècle, les Portugais n'avaient pas appris la viticulture ni l'art de fabriquer le vin et plantaient la vigne dans tout endroit convenable, sans se préoccuper des plants de vigne. Les ceps de vigne poussaient leurs sarments, le long de troncs d'arbres et n'étaient jamais taillés avec soin; de la même manière, chaque grappe de vigne était jetée dans le pressoir sans qu'on éliminât le fruit non mûr ou le fruit trop mûr. La fermentation se faisait comme elle pouvait et quand on pensait qu'elle était terminée, on ajoutait une forte dose d'alcool au vin; les fûts étaient mises à bord des vaisseaux aussitôt que l'occasion s'en présentait. Il n'est pas étonnant que la qualité de ce vin fût décrite comme insipide et capiteuse. Ce manque de soins était causé, non par inintelligence, mais par le bas prix réalisé sur les marchés étrangers. Les profits étaient si médiocres qu'il n'y avait aucun motif à employer du temps et des hommes habiles pour la production du vin. Avant la fin du XVIII^e siècle, toutefois, le vin d'Oporto, ce monarque tout-puissant des vins, fut produit et son avènement fut salué par les Portugais et leurs alliés fidèles, les Anglais.

La statistique moderne enregistre sous des titres spéciaux chaque phase du commerce, la hausse et la baisse de consommation de tout article, les fluctuations de prix, l'ouverture de nouveaux marchés et la disparition graduelle des anciens. Par conséquent, nos descendants n'auront aucune difficulté à écrire l'histoire

de toute branche du commerce à l'époque présente. Toutefois, l'étudiant qui cherche à débrouiller l'histoire du passé n'a aucun de ces avantages. Au lieu de données sérieuses, il doit se contenter de faits circonstanciels dans l'interprétation desquels son jugement est sujet à erreur.

On a abandonné la conclusion que les Anglais, avec leur esprit d'entreprise ordinaire, se seraient établis à Oporto pour y faire du commerce. Quant au nombre de ceux qui profitèrent de l'occasion, il n'y a pas de preuves positives, mais il y a une preuve indirecte que ce nombre était important. Cromwell était un grand homme et un dictateur juste, mais sa justice était rarement tempérée par la pitié et il ne se souciait pas non plus de dissimuler sa force sous le manteau de la politesse. Il s'adressait aux nations étrangères, comme il l'aurait fait à un régiment de ses propres troupes et menaçait de déclarer la guerre si ses ordres n'étaient pas promptement obéis. Les fiers et pointilleux hidalgos du Portugal, dont la courtoisie était innée, furent naturellement choqués des manières qui sentaient plus la chambrée de soldats que le palais. Une antipathie mutuelle s'éleva entre les deux gouvernements et les conduisit à des querelles.

La flotte anglaise s'empara des vaisseaux de commerce portugais et confisqua leur cargaison. Des représailles s'ensuivirent et les relations commerciales qui avaient duré quatre siècles, augmentant constamment en volume et en valeur, furent rompues entre les deux nations. Les colons anglais établis au Portugal eurent une situation intolérable. Le commerce était paralysé et tout étranger résidant dans les villes maritimes était regardé par les habitants comme un ennemi. Par l'entremise de leurs consuls, les commerçants anglais adressèrent une pétition au Lord Protector pour mettre un terme aux hostilités et pour restaurer le statu quo d'avant la guerre. Conformément à cette pétition, Cromwell, en 1652, d'accord avec l'ambassadeur portugais extraordinaire, rédigea six articles préliminaires et, le 10 juillet 1654, conclut un traité de paix, d'alliance et de commerce avec le Portugal. Inutile de dire que si les commerçants anglais au Portugal n'avaient pas été nombreux et influents, leurs efforts pacifiques auraient été infructueux.

(A suivre).

Un bon extracteur de bouchons est celui qu'offre la Freyseng Cork Co., sous deux modèles différents: grand et petit. Cet extracteur extrait avec la plus grande facilité les bouchons les plus durs et les plus secs, comme devrait le faire tout bon extracteur. Il est appelé à rendre les meilleurs services dans les bars des hôtels et des restaurants. Cet extracteur, l'une des spécialités de la Freyseng Cork Co., Ltd., est appelé à un grand succès.

CRYSTAL SPRING WATER

Eau Minérale Effervescente

Embouteillée à la source, à Libertyville, Ill., E. U.

Caisses de 50 bouteilles Qrts.....\$7.50 la caisse
 “ “ 100 “ Pts..... 10.50 “ “
 “ “ 100 “ Splits..... 8.50 “ “

NOUS ALLOUONS, COMME RECLAME ;

\$1.00 par caisse sur les Qrts. et les Splits,
 \$1.50 par caisse sur les Pts.

LIMPIDE et RAFRAICHISANTE

Se mélange agréablement avec les liqueurs.

PABST BREWING CO.

MILWAUKEE, Wis., E. U.

La Bière de Qualité.

Pabst “BLUE RIBBON”....10 doz. Pts. \$13.75 le baril.
 Pabst “EXPORT”.....10 “ “ 12.75 “ “
Pabst “MEAD” 2% Alcool..10 “ “ 12.50 “ “

Lorsque vous buvez de la PABST, vous avez la meilleure bière sur le marché.

La moins Alcoolique des bières sur le marché.

Ces marchandises sont vendues partout.

Prix spéciaux, en quantité, au commerce.

L. CHAPUT, FILS & CIE,

MARCHANDS DE VINS

2, 4, 6 et 8, rue DeBresoles, Montreal

AGENTS DISTRIBUTEURS.

INAUGURATION DE LA IMPERIAL BREWERIES, LTD.

Mardi, le 30 juillet au soir, a eu lieu l'inauguration de la Imperial Breweries, Ltd., dont l'acquisition par un groupe d'hôteliers est relatée dans une autre partie de ce numéro.

La fête d'inauguration a eu lieu dans un des étages supérieurs de la brasserie Salvador, transformé pour la circonstance en salle de réception. Inutile de dire que si la bière a coulé à flot, le Champagne et les autres boissons et liqueurs n'ont pas fait défaut.

Les organisateurs n'ont pas oublié qu'un excellent souper était un accompagnement presque indispensable d'une dégustation sérieuse, ils ont donc pensé au solide et on a fait largement honneur aux homards et aux sandwiches de tout genre offerts à profusion.

La décoration de la salle était très réussie; les murailles disparaissaient sous des tentures multicolores.

Un excellent orchestre venait ajouter par ses notes gaies au plaisir général.

Les organisateurs, MM. Jos. Gravel, président de la Cie; J. Péloquin, vice-président et Abraham Dupéré, directeur, se multipliaient auprès de leurs hôtes et leur cordialité n'a pas peu contribué au succès de la fête.

M. O. B. D'Aoust, secrétaire-trésorier, était absent, retenu chez lui par une indisposition.

Remarqué dans l'assistance: MM. E. L. Ethier, Ald. Major, Jules Crépeau, R. Latulippe, J. A. Lamarche, Wiseman, Rankin, Fuller, T. McBrianty, M. Hushion, W. Kelly, J. A. Béliveau, J. W. Martin, Champagne, Abel Prévost, Martin Singer, A. Martin, A. Ménard, H. Rochon, H. Robert, Gleason, Paul Benoit, A. Robert, A. Ducharme, S. B. Boutin, T. Lamontagne, Léon Gagnon, A. B. Boutin, W. A. Boyer, Alph. Guillemette, H. Montpetit, Jos. Boyer, Elie Chapdelaine, Jas. Cahill, N. Lacasse, D. Richard, L. Reinhardt, etc., et quantité d'autres, car l'assemblée était très nombreuse.

M. Joseph Gravel parla le premier exposant dans de fort bons termes, l'idée et le but des hôteliers en organisant l'Imperial Breweries Co.

M. Michel Larochelle, avocat, fit l'éloge des hôteliers et les félicita du bon esprit d'entente qu'ils avaient su montrer en s'unissant ainsi pour protéger leurs intérêts.

Plusieurs autres discours furent prononcés par MM. l'ex-échevin Tansey, Arthur Beauchesne, Ménard, L. Reinhardt, J. B. Péloquin, Abraham Dupéré, Ed. Le-pape, Rodolphe Latulippe, etc., traitant tous à peu près la même question, à savoir que la meilleure manière de résister aux grandes combinaisons de capitaux est dans l'association coopérative.

La fête se continua jusqu'à minuit environ.

Il convient de féliciter les organisateurs, car l'inauguration de l'Imperial Breweries, Ltd., a été un indiscutable succès.

REVUE GENERALE

Nous sommes avisés par la Hamilton Brass Mfg. Co., Ltd., que les affaires sont très actives dans la ligne des fournitures de bars, restaurants et hôtels. La qualité des marchandises ordonnées est généralement supérieure, ce qui prouve un état de prospérité indiscutable dans cette branche.

* * *

M. Geo. W. Dow, gérant local de John Robertson & Son, Ltd., nous avise que les affaires sont très satisfaisantes.

Le Champagne Moët et Chandon se vend très bien quoique la consommation de ce vin cher soit assez limitée au Canada.

Le cognac J. H. Denis, Mounié n'est pas moins apprécié du public; les Portos de D. Matt Feuerheerd & Co., d'Oporto, et les Sherries de D. Goni Feuerheerd & Co, de Xérès, sont trop connus pour qu'il soit nécessaire d'en faire l'éloge; ce sont des vins de connaisseurs.

Le Coleburn Glenlivet Whisky de John Robertson & Son, Ltd est depuis longtemps estimé à sa valeur par le public. Sa qualité est due à une longue expérience de la fabrication, un choix judicieux des matières premières et une qualité spéciale de l'eau employée à la distillation.

La distillerie des Robertsons est située dans le district de Glenlivet, dans les Highlands d'Ecosse. Sur ces montagnes l'on rencontre une eau spécialement pure qui est certainement en partie la cause de la haute qualité des whiskies de John Robertson & Son, Ltd.

* * *

MM. Laporte, Martin & Cie, Ltée, nous avisent que le commerce des liqueurs, particulièrement des bières est très actif. Les remises sont satisfaisantes.

DANS LE MONDE DES HOTELIERS

M. C. B. Lafond, propriétaire de l'Hôtel Impérial, 706 rue Ste-Catherine Est, vient de faire installer, par la Hamilton Brass Mfg. Co., un work board en argent Allemand, ainsi qu'un système complet de pompes à bière.

* * *

M. Albani Prémont qui s'est rendu, il y a quelque temps, acquéreur du Café Océan, rue St-Laurent, vient d'y faire installer un superbe work board en argent Allemand; cet appareil a été fourni par la Hamilton Brass Mfg. Co., Ltd.

Le café Régent, rue Université, vient d'installer un nouvel appareil à bière qui a été fourni par la Hamilton Brass Mfg. Co., Ltd.

* * *

M. J. L. Patenaude, propriétaire du C. P. R. Stock Yard Hotel, vient de passer plusieurs jours à Québec; il était accompagné de Mme Patenaude. M. Patenaude est un des membres les plus en vue de l'Association des Hôteliers de Montréal.

PERSONNEL

—M. Bonner, représentant de John Robertson & Son, Ltd., est en ville et s'occupe spécialement du placement du champagne Moët et Chandon.

—M. Henry O. Wootten, gérant général de John Robertson & Son, Ltd, pour le Canada et les Etats-Unis, est actuellement en Europe et sera de retour au Canada dans la première quinzaine d'août.

—M. Goerges Briand aîné, de la maison bien connue Boutillier, G. Briand & Co., Cognac, France, a eu la haute distinction d'être nommé chevalier de la légion d'honneur. M. Briand, qui est maire de Cognac, a reçu de nombreuses félicitations pour cet honneur bien mérité et ses amis du Canada ne seront pas en arrière pour y joindre les leurs.

—M. Percy Drucker, de la maison de cognac bien connue, Girard & Co., Ton-nay-Charente et Londres, est parti le 13 pour un voyage de trois mois au Canada et aux Etats-Unis.

—M. Otto Zepf, de la Freyseng Cork Co., Ltd., est de retour de Québec où il avait été passer quelques jours pour affaires.

Il se déclare très satisfait de l'état du commerce dans le district de Québec; les transactions y sont très actives.

—M. A. P. Miller, directeur de la Fred. Miller Brewing Co., de Milwaukee, était ces jours-ci à Montréal, arrivant de Québec où il était allé rendre visite à M. A. Grenier, agent de cette compagnie à Québec. M. Miller se déclare très satisfait des ventes de la Lager High Life qui vont tous les jours en augmentant, ce qui se comprend d'ailleurs quand on connaît la qualité absolument supérieure de cette excellente bière.

Nous rappelons que la maison L. Châput, Fils & Cie fait des conditions spécialement avantageuses à tous ceux qui achètent de l'eau minérale Crystal Spring.

Dans un but d'annonce, ces messieurs accordent un rabais de \$1 sur les caisses de Quarts, \$1.50 sur les caisses de Pints et \$1 sur les caisses de splits.

L'eau Crystal Spring est une eau très agréable et se mélangeant bien avec toutes les boissons, elle vient de Libertyville, Illinois, à 50 milles de la source White Rock.

Le vendeur qui gagne le salaire le plus élevé est celui qui rapporte le plus. Ne vous encombrez pas d'un vendeur qui ne gagne jamais un bon salaire; il ne rapporte rien.

== VENDEZ LE ==

GIN DE BURNETT

"LE LONDON DRY ORIGINAL,"
 Absolument le plus Fin!

J. M. Douglas & Co., Seuls Agents au Canada. Montréal.

— DISTILLATEUR DE —

JOSEPH E. SEACRAM, Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

"Old Times," "White Wheat," "No 83 Rye," "Star Rye."

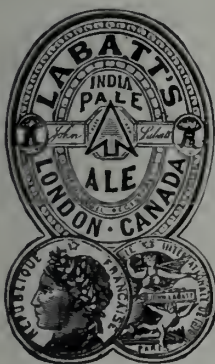
MEAGHER BROS. & CO., Montreal, Agents.

AU COMMERCE

Maintenez votre approvisionnement d'ALE et de
 PORTER de

Labatt's

Vous êtes obligé de les avoir si vous voulez con-
 server vos clients. Si vous leur substituez d'au-
 tres marques, vos clients ne se plaindront peut-
 être pas, mais ils donneront leur clientèle là où
 ils obtiendront ce qu'ils veulent avoir.



LES MEILLEURES
 BIERES DE MALT
 AUPAYS, ET LES
 GENS LE SAVENT.

ANIMAUX AMATEURS DE LIQUEURS

Des savants allemands disent qu'il n'y a pas que des membres dépravés de l'espèce humaine qui aient un goût prononcé pour les liqueurs. D'après eux, le goût de l'alcool s'empare des animaux inférieurs dès qu'ils le sentent et il n'y a pas besoin de les encourager beaucoup pour qu'ils deviennent des ivrognes du type le plus bas.

Brehm cite l'exemple d'un certain nombre de babouins, dont la capture n'a pu être obtenue que grâce à leur goût désordonné pour l'alcool. Voici comment on s'y prit pour les capturer:

Les indigènes ayant découvert le goût prononcé du babouin pour l'alcool, exposèrent ostensiblement un certain nombre de Calebasses pleines de "meriss", une bière du pays. Dès qu'ils se retirèrent, les babouins se précipitèrent sur les Calebasses et burent de si bon cœur qu'ils perdirent rapidement connaissance. Pendant qu'ils étaient dans cet état, les indigènes les capturèrent.

Cette punition ne leur apprit pas à s'abstenir de liqueurs enivrantes et pendant qu'ils étaient en captivité, chaque fois qu'on leur offrait de la liqueur, ils en buvaient à l'excès.

En état d'ivresse, leurs manières étaient exactement les mêmes que celles des hommes. Ils grimâçaient d'une manière aussi stupide et titubaient, sans pouvoir se retenir, comme l'ivrogne invétéré, dans des conditions semblables.

Le matin suivant, il était évident que ces animaux avaient autant souffert que tout membre de la race humaine, après une orgie. Tenant leur tête alourdie dans leurs mains, ils s'asseyaient en poussant des gémissements, comme s'ils étaient au désespoir et quand on leur offrait encore du vin de palmier, ils s'en détournèrent en haussant les épaules et parfois, ils poussaient des cris de terreur.

Quand ils étaient dans cet état, ils ne s'occupaient pas de la nourriture, mais grande était leur joie quand on leur offrait des citrons.

Un importateur d'animaux de Hambourg a pu se rendre compte de la passion qu'ont les animaux pour les boissons fortes.

Ayant entendu parler d'un orang-outang très beau, il fit des arrangements pour son achat. Les négociations terminées, l'animal lui fut expédié, et un homme fut engagé pour garder l'animal et empêcher qu'il lui arrivât du mal.

Tout alla bien, jusqu'à ce qu'un soir l'orang-outang découvrit une caisse de rhum dans la cabine. Réveillé par le bruit des bouteilles, le gardien regarda ce qui se passait et un spectacle étonnant lui fut offert. L'orang-outang se tenait debout, avec une bouteille à ses lèvres, tandis qu'autour de lui, il y en avait déjà trois vides.

Dès que le gardien fit un mouvement, l'animal devint furieux et il fut impossible de mettre la main sur lui tant que l'alcool n'eut pas fait son effet. Aussitôt que l'alcool commença à faire son œuvre, la brute commença à s'assoupir et on put bientôt l'attacher.

Quelques heures plus tard, l'infortuné orang-outang fut atteint de fièvre. Pendant trois jours, il refusa toute nourriture, bien qu'il acceptât du whisky, du vin et de l'eau, avec avidité, mais au bout du troisième jour, la mort délivra la pauvre bête de son goût trop prononcé pour les liqueurs enivrantes.

Dans un autre cas, raconté aussi par un professeur allemand, une souris en fut la victime.

Au cours de ses pérégrinations, elle rencontra une bouteille de vin qui coulait; elle suçait le liquide séducteur, et s'enivra tellement qu'elle s'oublia et commença à pousser des cris de joie.

Naturellement, les gens de la maison furent attirés dans la cave par la souris, mais leur présence ne causa aucune alarme à la souris ivre, qui ne se détachait pas de la bouteille et qui continuait à pousser des cris d'allégresse.

En dernier lieu, un chat apparut sur la scène, mais même alors la pauvre souris ne montra aucune peur et commença à prendre une autre lampée.

Le chat prouva toutefois qu'il était un teetotaler et eut bien vite fait de dévorer la souris; mais il fut évident, pour toutes les personnes présentes, que la souris mourut heureuse.

LE VIN EN EGYPTE, IL Y A 5,000 ANS

Les anciens Egyptiens, a dit le docteur Chas. Ernest Pellew dans une étude sur l'histoire de l'alcool, lue devant le American Brewing Institute, découvrirent de très bonne heure l'art de faire de la véritable bière, au moyen de l'orge, et du vin de raisin. Ils en ont laissé des preuves non seulement dans leurs écrits et dans les histoires des premiers voyageurs, comme Hérodote, mais aussi dans une série remarquable de peintures murales trouvées sur leurs monuments. Les plus intéressantes de ces peintures sont celles qui se trouvent sur les tombeaux de Beni-Hasan, où les artistes égyptiens s'amusaient, il y a quelque cinq mille ans, à représenter des scènes de la vie journalière. On y voit des vignes dont les ceps sont taillés avec soin et arrosés au moyen de réservoirs artificiels. Il y avait, à cette époque, plusieurs manières de presser le raisin: on l'écrasait avec les pieds, on pressait fortement les grappes dans un sac. Les peintures en question montrent comment on versait le jus frais du raisin dans des jarres pour l'y laisser fermenter. On peut voir les Egyptiens de l'époque boire leur vin, au sein de leur famille, à côté de leur femme, avec leurs enfants sur les genoux. Enfin des peintures représentant des hommes ayant abusé du vin, transportés chez eux après souper, sur le dos d'esclaves; des femmes titubant dans un état d'ivresse inconvenant. En vérité, il n'y a rien de nouveau sous le soleil.

M. L. Chaput, Fils et Cie viennent de recevoir une consignment de 100 caisses de Bigarreaux au Marasquin, de L. A. Price, de Bordeaux.

Les Hotels et les Restaurants

devraient mettre en stock les Bières suivantes :

Original Pilsner
(Bohême)

(Brasserie Genossenschafts à Pilsen) un peu amère, légèrement voilée; recommandée par les médecins de Carlsbad aux personnes souffrant d'obésité et de mauvaise digestion.

Wurzbürger Hofbrau
(Bavière)

(brasserie appartenant au roi de Bavière) douce, crémeuse; semblable à l'Extrait de Malt le plus fin.

Kulmbacher Beer
(Bavière)

(brasserie appartenant à la Première Brasserie de Kulmbach, à Kulmbach), appétisée le Bourgogne de toutes les Bières; très brune, crémeuse et pleine de corps.

JOHN KRAUSMANN,

80 Rue St-Jacques, Montréal.

Téléphone, Main 2889.

S. H. Ewing & Sons, Importateurs et
Manufacturiers de

BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de broche d'embouteilleurs, d'Etain en feuilles, de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE		La cse
Ed. Pernod (3)	..	14.50
Gemp. Pernod (14)	..	13.50
Pernod Fils (12)	..	15.00
Legier Pernod (13)	..	14.50

AMERS		
Amer Picon (12)	..	11.00
L. C. F. C. (1)	La cse	
Jamaica ..	pts.	5.50
Celery ..	pts.	5.50
Unicorn (13)	La cse	
Orange ..	pts.	7.00
Angostura ..	"	5.75
Celery ..	"	5.75
Jamaica ..	"	5.75

APERITIFS		
Dubonnet (1)	La cse	
Litres	10.00
Tot (14)	..	8.00

BIERES		
Bass' (4)	qts. pts.	
E. & J. Burke's Bottling..	2.65	1.65
Bass' (4)	qts. pts.	
C. G. Hibbert's Bottling ..	2.65	1.65
Bass' (13)	qts. pts.	
W. E. Johnson & Co. "Com- pas" ..	2.60	1.60
W. E. Johnson & Co., Nips ..	\$1.25	
Bass' (3)	qts. pts.	
Read Bros. Dog's Head. ..	2.60	1.70
Bass' (14)	qts. pts.	
Monkey Brand ..	2.50	1.60
Monkey Brand, Nips ..	\$1.10	
Bass' (6)	qts. pts.	
Boar's Head.	2.65	1.65
Bass & Co. (6)	In wood.	
Hhds	40.00
Bbbs	28.25
India Pale, Kilderkins	15.50
India Pale, Firkin	8.50
Machen & Hudson (5)	qts. pts.	
Marque "Beaver" ..	2.50	1.55
Pabst (1)	Pints	
Export, 10 doz.	12.75
Blue Ribbon, 10 doz.	13.75
Tennants (6)	..	2.50 1.65

BIGARREAUX		
L. A. Price (1)	qts. pts.	
Bigarreaux au Marasquin ..	8.00	9.00
Teyssonneau (12)		
Bigarreaux au Marasquin. .	10.00	6.00

BOURGOGNES BLANCS		
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	
Chablis ..	8.00	9.00
Chablis, 1889 ..	11.75	
J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.	
Chablis ..	11.50	12.50

F. Chauvenet (15)		
Montrachet [marq. Guiche]	20.00	10.00
Chablis Supérieur ..	7.25	8.25
W. D'Arcourt & Cie (13)	qts. pts.	
Chablis ..	7.25	8.00
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	qts. pts.	
Chablis ..	8.50	9.50
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.	
Chablis ..	8.00	9.00
Jules Régnier & Cie (14)	qts. pts.	
Chablis Supérieur ..	8.00	9.00
Chablis Moutonne ..	10.00	11.00
Clos Blanc de Vougeot ..	19.00	20.00

BOURGOGNES MOUSSEUX		
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	
Bourgogne Mousseux ..	14.00	15.50
Beaune ..	16.00	17.00
Nuits ..	18.00	19.00
Chambertin ..	22.00	23.50

F. Chauvenet (15)	qts. pts.	
"White Cap" (Ultra Sec) ..	22.00	24.00
"Pink Cap" (Vin des Dames) ..	22.00	24.00
"Red Cap" (Extra Sec) ..	21.00	23.00
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	qts. pts.	
Nuits — rouge ..	17.00	18.50

BOURGOGNES ROUGES		
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	
Macon ..	6.50	7.50
Beaujolais ..	8.00	9.00
Beaune ..	8.00	9.00
"Club" ..	7.00	8.00
Pommard ..	9.00	10.00
Nuits ..	11.00	13.50
Chambertin ..	16.00	17.00
Clos de Vougeot ..	20.00	21.00

J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.	
Beaune ..	1889 ..	9.00 10.00
Pommard ..	1887 ..	11.50 12.50
Volnay ..	1889 ..	13.75 14.75
Chambertin ..	1887 ..	18.00 19.00

F. Chauvenet (15)	qts. pts.	
Clos-de-Vougeot ..	25.50	26.50
Chambertin ..	18.50	19.50
Romanée ..	18.50	19.50
Corton [Clos-du-Roi] ..	15.50	16.50
Nuits ..	13.00	14.00
Volnay ..	12.50	13.50
Pommard ..	11.50	12.50
Beaune ..	10.00	11.00
Moulin-à-Vent, Macon vieux Supérieur ..	9.00	10.00
Beaujolais ..	7.00	8.00
Macon [Choix] ..	6.50	7.50

W. D'Arcourt & Co. (13)	qts. pts.	
Macon ..	4.90	5.75
Pommard ..	5.65	6.50
Nuits St-Georges ..	7.25	8.00
Chambertin ..	8.50	9.50

A. Lalande & Cie (5)	qts. pts.	
Macon ..	4.40	5.40
Beaujolais ..	5.00	6.00
Beaune ..	6.00	7.00
Pommard ..	6.60	7.60

C. Marey & Liger-Bélaire (4)	qts. pts.	
Beaujolais ..	6.25	7.25
Macon ..	6.50	7.50
Beaune ..	6.75	7.75
Pommard ..	8.50	9.50
Nuits ..	13.00	14.00
Chambertin ..	16.50	17.50

Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.	
Beaujolais ..	6.00	7.00
Macon ..	6.50	7.50
Beaune ..	7.00	8.00
Pommard ..	8.50	9.50
Nuits ..	10.50	11.50
Chambertin ..	15.00	16.00

CHAMPAGNES		
Victor Clicquot (10)	qts. pts.	
Extra Dry & Brut ..	28.00	30.00
Fleur de Sillery ..	20.00	22.00
Marchal, Comte d'Erlon. .	13.00	15.00
Cluny, Père & Fils (13)	qts. pts.	
Extra Dry ..	20.00	22.00
Comte de St-Aubin (13)	qts. pts.	
Extra Dry ..	12.00	13.00
Duc de Montlouis (1)	qts. pts.	
Cuvée Réserve ..	10.00	11.00
Carte Noire ..	12.50	13.50
Carte D'or ..	14.00	15.00
Louis Duvau (5)	..	13.50 15.00
Gratien & Meyer (14)	qts. pts.	
Caisses ou paniers ..	13.00	14.00
Heidsieck & Co. (5)		
Dry Monopole ..	31.00	33.00

Moët & Chandon (7)	qts. pts.	
White Seal ..	28.00	30.00
Brut Imperial ..	31.00	33.00
G. H. Mumm & Co. (6)	qts. pts.	
Extra Dry ..	28.00	30.00
Selected Brut ..	31.00	33.00
Selected Brut .. 1898 ..	32.00	34.00
Selected Brut .. 1895 ..	38.00	40.00
Extra Dry, paniers 1 doz. ½	B. 8.50	
Extra Dry, paniers 2 doz. ½	B. 17.00	
Louis Roederer (1)	qts. pts.	
Grand Vin sec ..	28.00	30.00
Vin Extra sec ..	28.00	30.00
Brut spécial Cuvée ..	30.00	32.00
Ve Pommery, Fils & Cie (12)	qts. pts.	
Sec, ou Extra Sec. ..	28.00	30.00
Brut [vin naturel] ..	30.00	32.00

CLARETS		
Barton & Guestier (4)	qts. pts.	
Floirac ..	5.00	6.00
Medoc ..	5.25	6.25
Margaux ..	5.50	6.50
St-Julien ..	6.00	7.00
Bataille ..	9.50	10.50
Pontet Canet ..	11.00	12.00
Château Leoville ..	20.00	21.00
Château Larose ..	20.00	21.00
Château Margaux ..	24.00	25.00
Château Lafitte ..	24.00	25.00
Bordeaux Claret Co. (14)	qts. pts.	
Côtes ..	2.50	3.50
Bon Paysan ..	2.60	3.60
Bon Bourgeois ..	3.00	4.00
St-Julien ..	3.50	4.50
Montferrand ..	4.00	5.00
Château Brûlé ..	5.00	6.00
St. Estèphe ..	6.00	7.00
Pontet Canet ..	8.00	9.00
J. Calvet & Co. (6)	qts. pts.	
St-Vincent ..	3.50	4.50
Medoc ..	4.50	5.50
Floirac ..	5.00	6.00
Margaux ..	5.50	6.50
Château Lascombe (1)	qts. pts.	
Margaux ..	2.25	3.00
Faure Frère (3)	qts. pts.	
Bon Bourgeois ..	3.00	4.00
Côtes ..	3.50	4.50
Bon-Ton ..	4.00	5.00
St-Emilion ..	4.50	5.50
Ch. Dugay ..	6.00	7.00
Floirac ..	4.50	5.50
Medoc ..	5.00	6.00
Margaux ..	5.50	6.50
St-Julien ..	6.00	7.00
Pontet Canet ..	9.00	10.00
Château Gruaud Larose ..	12.00	13.00
Côtes .. le gallon. .	1.00	

Galibert & Varon (10)	qts. pts.	
Medoc ..	4.00	5.00
St. Emilion ..	5.00	6.00
St. Estèphe ..	6.00	7.00
Pauillac ..	7.00	8.00
St. Julien, Margaux ..	8.00	9.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts. pts.	
St-Julien ..	2.50	3.00
St-Estèphe ..	3.00	3.50

A. Guilhou Frère Aîné (13)	qts. pts.	
Bas Médoc ..	3.50	4.00
St-Estèphe ..	4.00	4.50
St-Julien ..	6.00	7.00
Pontet-Canet ..	6.50	7.50
Chat-Bataille ..	7.75	8.75

Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts. pts.	
Ordinaire ..	4.00	5.00
Château Chamfleuri ..	4.00	5.00
St-Loubes ..	4.75	5.75
"Club" ..	5.00	6.00
Medoc ..	5.50	6.50
Margaux ..	5.75	6.75

St-Julien...	6.00	7.00
St-Estephe...	7.00	8.00
Château Dauzac...	9.50	10.50
Pontet Canet...	11.00	12.00
Margaux Supérieur...	11.00	12.00
Château Beaucaillou...	15.00	16.00
Château Leoville...	19.00	20.00
Château Larose...	19.00	20.00
Château Margaux...	21.00	22.00
Château Lafitte...	22.00	23.00
A. Lalande & Cie. (5)	qts.	pts.
1893 Medoc...	4.40	5.40
1890 Floirac...	4.40	5.40
1889 St-Julien...	4.80	5.80
1893 St-Emillion...	5.20	6.20
1890 St-Estephe...	5.20	6.20
1889 Château Pontet Canet...	6.80	7.80
1889 Château Leoville...	11.00	12.00
1889 Château Lafitte...	14.00	15.00
Léon Pinaud (4)	qts.	pts.
St-Julien	2.50	3.50
G. Pradel et Cie (2)	2.75	3.25
P. Vernot (2)	2.75	3.25

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co. (14)	La cse
Manhattan, Martini, Tom Gin,	
Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	
rican...	9.50
G. F. Heublein Bros. "Club" (5)	
Manhattan, Martini, Whiskey,	
Vermouth, Old Tom, ou assortis.	12.75
D. McManamy & Co.'s (18)	La cse
"Saratoga" Manhattan Club Whis-	
key Brandy, Holland Gin	8.25

COGNACS

J. Bern et Cie (13)	La cse
3 Stoiles, Etiquette dorée	qt. 7.75
3 Etoiles, Etiquette bleue	qt. 7.50
Bisquit, Dubouché & Cie (5)	La cse
★	qt. 9.50
10 years old...	qt. 12.25
Old Liqueur...	20 years old, qt. 16.00
V. V. S. O. P. 55 years old,	qt. 45.00
Au gallon...	4.10 à 10.00
J. Borianne (3)	La cse
X X X '.	7.50
Au gallon...	3.75 @ 4.75
Jos. Brémont & Co. (14)	La cse
★★★	quarts 5.50
★★★	flasks 6.50
★★★	½ flasks 7.50
Boulet & Cie (1)	1 cse 5 csces
★★★	qts. 10.50 10.25
★	qts. 12.00 11.75
★ Fluted	qts. 12.00 11.75
★ Fluted	pts. 13.00 12.75
★ Fluted	24 flasks 13.00 12.75
★★★	qts. 15.00 14.75
V. S. O. P.	qts. 20.00 19.50
V. V. S. O. P.	qts. 28.00 27.50
1846	qts. 45.00
Boutelleau, Fils & Cie (14)	La cse
V. S. O. P. 1858	qt. 18.00
Doctor's Special...	qt. 11.00
V. O. 1875	qt. 13.50
V. V. S. O. P. 1820	qt. 30.00
Marie Brizard et Roger (13)	La cse
Fleur de France, 1 fleur	qts. 10.00
Fleur de France, S.O.P.	qts. 16.00
Fleur de France, V.S.O.P.	qts. 18.00
Fleur de France, C.V. 1858	qts. 25.00
Carlat & Co. (14)	La cse
Quarts	6.50
Pints	7.50
Jules Coadon & Co. (6)	La cse
12 quarts...	8.00
24 flasks	9.00
Au gallon	3.90 @ 4.50
Cognac Distillers Association (14)	La cse
★★★	vieux... 8.50
V. O...	12 ans... 12.00
V. S. O. P...	20 ans... 15.00
X. X. O...	1858... 23.00

3 grapes	vieux	3.75 à 4.00
V. O.		3.95 à 4.15
Comandon & Co. (6)	La cse	
Special		9.50
Reserve extra		10.50
Reserve 1878		12.50
★★ et X. O.		15.00
V. S. O. P.		16.50
Au gallon		4.50 7.50
Chs Couturier & Cie (2)	La cse	
★★★		7.50
Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks,		
et 1-2 Flasks à avance ordinaire.		
Quarts, Casks, etc.		3.80 à 4.00
D'Angely (3)	La cse	
XXX		6.50
Dervos & Cie (1)	1 cse 5 csces	
Quarts		8.00 7.75
Pints		9.00 8.75
24 flasks n. c.		9.00 8.75
M. Durand & Cie (1)	La cse	
★★★	Qts.	5.50
★★★	Pts.	6.50
★★★	½ B.	7.90
16 flasks		1.50
24 flasks n. c.		6.00
32 flasks		6.75
48 1-2 flasks n. c.		7.00
Par 5 csces, 25c. de moins.		
Lucien Foucauld & Cie (10)	La cse	
1 Etoile, 12 Bout.		9.50
3 Etoiles, 12 Bout.		12.50
"Crown Liqueur"		14.00
V. O., 15 ans d'âge		16.50
Medico Tonic		18.00
V. S. O., 20 ans d'âge		20.00
V. S. O. P., 25 ans d'âge		24.00
V. V. S. O. P., 30 ans d'âge		28.00
1847		45.00
P. Frapin & Cie (3)	La cse	
★	qt.	9.50
Medical	qt.	10.50
20 years old	qt.	13.00
25 years old	qt.	16.00
30 years old	qt.	19.00
Au gallon		4.00 @ 7.00
Fromy & Rogee (6)	La cse	
Medical Reserve		10.00
Medical Reserve, V. O.		12.50
Gonzalez, Staub & Cie (1)	La cse	
Quarts		9.00
Pints		10.00
24 Flasks		10.00
48 Flasks		10.00
1 Etoile	Qts.	11.50
3 Etoiles	Qts.	14.00
V. S. O.	Qts.	16.50
V. S. O. P.	Qts.	18.25
Jas. Hennessy & Co. (9)	qts. pts.	
★		13.00 14.00
★★★		16.00
V. O.		17.25
S. O.		25.00
X. O.		35.00
X. S. O.		45.00
Extra		60.00
Jimenez & Lamothe (14)	La cse	
★★★	qt.	11.00
V. S. O. P.	qt.	15.00
1890 Muscatel	qt.	16.00
1865 Liqueur	qt.	18.00
Au gallon		4.25 à 4.50
Lagrange & Co. (14)	La cse	
V. O.	qts.	7.00
V. O.	flasks	8.00
V. O.	½ flasks	9.00
F. Marion & Cie (2)	La cse	
★★★	Qts.	6.00
Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks,		
Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.		
Quarts, Casks, etc.		3.40 à 3.75

Martell & Co. (4)	La cse
Une Etoile...	qt. 12.75
3 Etoiles...	qt. 16.00
V. O.	qt. 17.25
V. S. O. P.	qt. 18.75
V. V. S. O. P.	qt. 38.00
Jacques Nicot & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.00
2 Etoiles, 12 Bout.	10.00
3 Etoiles, 12 Bout.	11.50
V. O. 12 Bout.	12.00
V. S. O. 12 Bout.	13.00
V. S. O. P. 12 Bout.	14.00
Reserve 1870, 12 Bout.	16.00
Reserve 1865, 12 Bout.	17.00
Reserve 1858, 12 Bout.	18.00
Pour ordres d'importations d'au moins	
30 caisses, s'adresser aux agents.	
Otard, Dupuy & Cie (15)	La cse
Spécial...	qts. 9.50
Une étoile...	qts. 12.00
Deux étoiles...	qts. 14.00
Trois étoiles...	qts. 16.00
V. S. O. P.	qts. 17.50
Parville et Cie (2)	La cse
★★★	12s. qts. 5.00
V. Pinot & Cie (1)	La cse
★★★	qts. 6.00
★★★	pts. 7.00
★★★	½ botl. 7.50
V. O.	qts. 7.00
V. O.	pts. 8.00
16 flasks	7.00
24 flasks n. c.	6.75
32 flasks	7.25
48 1-2 flasks n. c.	7.50
Par 5 csces, 25c. de moins.	
C. Pluchon & Cie (1)	1 cse 5 csces
Quarts	7.25 7.00
E. Puet (3)	La cse
★	qts. 9.50
Au gallon	4.00 @ 7.00
Quantin & Co. (6)	La cse
★★★	qts. 9.50
Au gallon	4.25 @ 5.50
Régner & Cie (14)	La cse
★★★	qts. 5.50
★★★	Flasks 6.50
★★★	½ Flasks 7.50
J. Rémy (3)	La cse
Quarts	6.50
Flasks	7.50
1-2 flasks	8.50
Renault & Cie (12)	La cse
★	qts. 10.00
V. O.	qts. 12.00
3 étoiles S. V. O.	qts. 15.00
V. S. O. P.	qts. 21.00
Club	qts. 18.00
50 Years Old	qts. 40.00
Au gallon	4.00 @ 10.00
Fh. Richard (2)	La cse
S. O.	qts. 22.50
20 ans flutes	qts. 17.50
V. S. O. P.	qts. 12.25
V. S. O.	qts. 10.50
V. O.	qts. 9.00
Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.	
Au gall.	
Richard	3.40 à 6.00
John Robertson & Sons, Ltd. (7)	La cse
Denis Mounie et Cie	11.50
Clouret & Co.	10.50
Jules Robin & Cie. (4)	La cse
Quarts	9.50
24 Flasks	10.00
Sazerac de Forge & Fils (9)	La cse
Quarts	9.50
Flasks	10.25
Au gallon	4.25
J. Sorin et Cie (14)	La cse
Blue Label	9.00
Au gallon	4.00 à 4.25

EAUX

Apenta Hungarian, Aparient (5)	La cse
25 Quarts	6.25
50 Pints	9.50
Sparkling Splits	5.50
Apollinaris (5)	La cse
50 Quarts... .. .	7.50
100 Pints... .. .	10.50
100 Splits... .. .	8.50
S. Birch & Co. (14)	La cse
Ginger Ale	Bombays 1.35
Ginger Ale	Splits 0.90
Soda	Bombays 1.25
Soda	Splits 0.90
Cantrell & Cochrane (4)	La doz
Belfast Ginger Ale.. .. .	1.40
Club Soda... .. .	1.40
Seltzer... .. .	1.40
Potass Water.. .. .	1.40
Dry Imperial Ginger Ale	Gal. 1.50
Hiawatha (2)	
Naturelle, 1-2 gals.	12s 4.75
Naturelle, 1-4 gals.	50s 7.50
Gazeuse	qts. 50s 7.50
Gazeuse	pts. 100s 10.50
Gazeuse	splits 100s 8.50
Libertyville Crystal Spring (1)	La cse
Quarts. 50 Bout.	7.50
Pints. 100 Bout.	10.50
Splits 100 Bout.	8.50
Schweppe's, de Londres (12)	La doz.
Soda Water Co. Cylindres, pour 2..	1.35
Soda Water, Bombays.. .. .	pour 3.. 1.50
Soda Water, Splits.. .. .	pour 1.. 1.10
Dry Ginger Ale.. .. .	1.35
Seltzer... .. .	1.40
Potass Water.. .. .	1.40
St-Galmier (3)	La cse
Source Badoit.. .. .	6.00
St-Galmier (13)	La cse
Source Romaine	6.50
Vichy (3)	La cse
Célestins, Grande Grille, Hôpital,	
Hauterive	10.00
Vichy (13)	La cse
Source St-Charles	8.00
Source Aubert	7.50
Vichy St-Yorre (14)	La cse
Source St-George.. .. .	7.50
Bassin de Vichy (1)	La cse
Source St-Louis	8.00
Vittel (13)	La cse
Grande Source	10.50
Source Salée	10.50

GINS

Blankenheym & Nolet (14)	La cse
Marque 'Clef', C'ses Rouges ..	10.50
Marque 'Clef', C'ses Vertes ..	5.00
Marque 'Clef', C'ses Violettes ..	5.00
En cruchons	10.00
Au gallon	de 3.00 à 3.25
John de Kuyper & Son (4)	La cse
Caisses Rouges	15s. 11.75
Caisses Vertes.	12s. 6.25
Caisses Violettes.. .. .	24c. 5.50
Au gallon	3.15 à 3.30
P. Hoppe, "Night Cap" (1)	La cse
Rouges.	10.65
Jaunes.. .. .	11.00
Vertes	6.25
Bleues.. .. .	6.00
Violettes.. .. .	2.50
Au gallon	3.05 3.25
P. Hoppe, "Imperial" (1)	La cse
Rouges.. .. .	10.50
Vertes	5.00
Violettes	2.45
Melchers, de Berthierville (3)	La cse
Croix Rouge. Caisses Rouges.. ..	11.25
Croix Rouge. Caisses Vertes. .. .	5.85
Croix Rouge. Caisses Violettes. ..	5.00
J. J. Melchers (3)	La cse
Honey Suckle, Cruch verre	9.00
Honey Suckle, Cruch pierre	9.00

Netherland's Steam Disty. Co. (1)	La cse
Kiderlen's "Croix d'honneur".	
Caisses Rouges.. .. .	11.00
Caisses Vertes.. .. .	5.25
Caisses Violettes.. .. .	4.90
Cruchons verre—12s 3 gals. ..	11.75
Cruchons verre—24s 3 gals. ..	12.75
Cruchons verre—12s 5 gals. ..	17.50
A. C. A. Nolet, Schiedam (5)	La cse
Caisses Rouges.. .. .	10.75
Caisses Vertes.. .. .	5.75
"The Real" Dry Gin	7.10
Old John (2)	La cse
Caisses Rouges	15s 9.75
Caisses Vertes	12s 5.25
Caisses Pony	24s 4.50
Van Duiken Weiland & Cie (13)	La cse
Bouteilles Noires.	
Violettes, 1-1-2 gallon, 24 Bout.	4.95
Vertes, 1-1-2 gallon, 12 Bout.	4.95
Vertes, 2 gallons, 12 Bout.	5.85
Rouges, 3-1-2 gallons, 15 Bout.	10.75
Rouges, 4 gallons, 15 Bout.	11.25
Bouteilles Blanches.	
Violettes, 1-1-2 gallon, 24 Bout.	5.50
Bleues, 1-1-2 gallon, 12 Bout.	5.25
Bleues, 2 gallons, 12 Bout. ..	6.50
Blanches	6.50
Jaunes, 3-1-2 gallons, 15 Bout.	11.20
Jaunes, 4 gallons, 15 Bout.	11.75

HOCKS

Frederick Krote (14)	qts. pts.
Sparkling White	16.00 17.00
Sparkling Red	18.00 19.00

LAGERS

Val. Blatz Brewing Co.	
Export	12.00
Miller Brewing Co. (2)	Le Brl.
Marque "High Life", 10 doz. ..	12.50
Marque "Buffet", 10 doz. ..	12.00
Malt Extract, 8 doz.	15.60

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine (12)	qts. pts.
12 litres.	20.00 21.00
Blankenheym & Nolet (14)	qts. pts.
Anisette	12.00
Curacao	11.00
Kirsch, forêt noire	12.00
Liqueur Hannapier	18.00 19.00
Petite Chartreuse Jaune	18.00 19.00
Elixir de Spa	15.00 16.00
Briand & Jaquet (1)	La cse
Cherry Whiskey	7.50
Blackberry Brandy	7.50
Cherry Brandy	7.50
Crème de Menthe Verte	9.00
Crème de Menthe Blanche	9.00
Crème de Cassis	9.00
Curacao Orange	9.99
Sirop de Grenadine	7.00

Marie Brizard & Roger (12)	La cse
Anisette... .. .	13.50
Curacao, Orange ou Blanc.. ..	12.50
Marasquin... .. .	13.00
Kummel, Superfin.	12.00
Kummel Crystallisé.	12.50
Green Peppermint.	13.00
Crème de Menthe, Blanche.. ..	13.00
Cherry Cordial	12.50
Cherry Brandy	12.50
Blackberry Brandy	12.50
Kirsch.. .. .	11.00
Blitter Triple... .. .	12.00
Liqueurs assorties.. .. .	13.00
Crème de Menthe Verte.	13.00
Crème de Moka.	13.00
Crème de Cassis	13.00
Crème de Noyau	13.00
Eau-de-vie de Dantzik... .. .	13.00
Orange Blitters.	9.50
Punch au Kirsh.. .. .	11.00
Peach Brandy	16.00
Bustanoby Bros.	qts. pts.
Forbidden Fruit	23.00

Chartreuse St-Denis (2)	qts. pts.
Verte	10.50 11.50
Jaune	10.50 11.50
Delizy & Dolstan (3)	qts. pts.
Curacao	12.00
Marasquin	12.00
Kummel	12.00
Liqueur jaune	15.00 16.00
Liqueur verte	16.00 17.00
Alex Droz & Cie (12)	qts. pts.
Crème Cacao-Chouva.. .. .	16.00 17.00
Nelson Dupoy (14)	qts. pts.
Maraschino	13.00
Grenadine... .. .	8.50
Frémey Fils (12)	qts. pts.
Cherry Whiskey, [Chesky]	16.00 17.00
Orange Whiskey... .. .	14.00
N. Fricquet & Cie (13)	La cse
Cherry Whisky	12 qts. 8.50
Cherry Brandy	" 8.50
Blackberry Brandy	" 8.50
Peach Brandy	" 9.90
Apricot Brandy	" 9.00
Crème de Menthe	" 9.00
Crème de Menthe Boule, 12 litres	12.00
Crème de Vocoa	12 qts. 8.50
Crème de Noyau	" 9.00
Kirsch	9.00
Kummel	9.90
Marasquin	9.00
Curacao	10.00
Jules Lamothe (14)	qts. pts.
Cherry Whiskey	9.00
Levert & Schudel (14)	qts. pts.
Marque "Pélican"	
Anisette	12.00
Crème de Menthe	12.00
Curacao	12.00
Kummel	12.50
Maraschino	13.00
Pères Chartreux (13)	La cse
de Tarragone.	
Liqueur Jaune	12 litres 23.00
Liqueur Jaune	24/2 " 24.50
Liqueur Verte	12 " 27.50
Liqueur Verte	24/2 " 29.00
Melrose Drover Ltd (3)	La cse
Cherry Whiskey.. .. .	11.00
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.
Crème de Menthe Verte... ..	11.00
Cherry Brandy.. .. .	11.00
Cacao l'Hara à la Vanille	12.50
Kirsch * * *	11.00
Prunelle de Bourgogne.	12.50
Crème de Framboises... .. .	12.25
Fine Bourgogne, 12 lit.. .. .	20.00
Crème de Cassis.. .. .	11.00
Fine Bernard... .. .	15.00
Grenadine... .. .	8.50
Anisette... .. .	11.00
Kumel.. .. .	12.00
J. Sorin & Co. (14)	qts. pts.
Cherry Whiskey	15.00
P. Thorne & Sons (14)	qts. pts.
Apricot Brandy	24.00
Tournil & Fleury (2)	qts. pts.
Anisette	8.00
Crème de Menthe	8.00
Crème de Cacao	8.00
Crème de Cassis	8.00
Curacao	8.00
Sirop Grenadine	6.00
Gabriel Viard, Troyes (10)	12 24/2
	litres litres
Chartreusette jaune	22.00 24.00
Chartreusette verte	24.00 26.00
Pur Abricot [the genuine]	28.00 30.00
Marasquin, bout. d'origine	22.00 24.00
Viardictine de l'Abbaye St.	
Urbain	20.00 22.00
Curacao, triple sec	20.00 22.00
Peppermint [Menthe vertel]	20.00 22.00
Cassis Imperator	20.00 22.00
Crème de Cacao, Scho... ..	
à la vanille	20.00 22.00

Crème de Moka	20.00	22.00
Anisette Extra fine, Cru- chons ou flacons .. .	20.00	22.00
Curaçao quadruple sec ..	22.00	24.00
Pour ordres d'importation, 25 caisses minimum, s'adresser aux agents.		
Wilson (14)	qts.	pts.
Blackberry Brandy.. . . .	9.00	
Hungarian Blackberry Brandy	7.00	
Wallace Cherry Brandy.. .	9.00	

MADERE

Blandy Bros. (2)	La cse	
Very Superior.. . . .	8.50	
Special Selected	10.50	
London Particular.. . . .	13.00	
Cossart, Gordon & Co. (5)		
Au gallon.. . . .	2.50 à 9.00	
Rutherford & Browne (15)		
Au gallon.. . . . de 2.50 @ 10.00		

MALAGA

Blandy Bros. (2)	La cse	
Etiquette Bleu — pâle-doux. . .	7.50	
Etiquette Blanc — pâle.. . . .	10.00	

MOSELLE

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Brauenberger.. . . .	9.00	10.00
Piesporter	10.00	11.00
Berncasteler Doctor.. . . .	15.00	16.00
Crown Sparkling.. . . .	18.50	20.00
Nonpareil Sparkling.. . . .	24.50	26.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Zeltinger	9.00	10.00
Brauenberger.. . . .	12.00	13.00
Pisport	13.50	14.50
Scharzberg — 1895.. . . .	18.00	
Sparkling Moselle	20.00	21.50
Frédéric Krote (14)	qts.	pts.
Sparkling	15.00	16.00
Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Winniger	6.00	7.00
Braunberger	8.50	9.50
Sparkling	17.00	18.00
Hocheimer	17.00	18.00
Cabinet	23.00	25.00
P. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Piesporter	8.50	9.50
Zeltinger	9.00	10.00
Braunberger	15.00	16.00
Berncasteler Doctor	16.50	17.50

OLD TOM & DRY GINS

Boords (9)	La cse	
Old Tom.. . . .	7.25	
London Dry.. . . .	7.25	
Booth (4)	La cse	
London Dry	8.00	
Old Tom	8.00	
Burnett (15)	La cse	
London Dry	7.50	
Old Tom	7.50	
Club (3)	La cse	
Old Tom.. . . .	6.50	
Old Tom au gallon	3.00	
Cold & Co. (1)	La cse	
Sloe Gin	Qts. 10.00	
Marque Beaver	Qts. 5.75	
Marque Beaver	Pts. 6.75	
London Dry	Qts. 6.00	
London Dry.. . . .	Pts. 7.00	
Colonial (3)	La cse	
London Dry.. . . .	6.50	
Gordon (12)	La cse	
London Dry.. . . .	7.50	
Old Tom.. . . .	7.50	
Sloe Gin	9.25	
Hill's & Underwood (6)	La cse	
London Dry	7.50	
Old Tom	7.50	
Imperial Wine Co. (6)	La cse	
London Dry.. . . .	6.50	
Old Tom.. . . .	6.50	
J. & W. Nicholson & Co. (10)	La cse	
Old Tom	8.25	

London Dry	8.00	
Sloe	12.50	
A. C. A. Nolet (5)	La cse	
"The Real" Dry Gin	7.10	
John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse	
Old Tom	7.50	
London Dry	7.50	
Sloe	11.00	
Thorne (14)	La cse	
Old Tom.. . . .	7.50	
London Dry.. . . .	7.50	
Au gallon	3.50	
Wilson (14)	La cse	
Royal Crown Old Tom.. . . .	6.50	
Au gallon.. . . .	2.00 @ 3.00	

OPORTO

Blandy Bros. (2)	La cse	
Invalid's Special	12.00	
Good Fruity	7.50	
J. W. Burmester (14)	La cse	
Royal.. . . .	5.00	
Crusado	6.00	
Rich Douro.. . . .	9.00	
Fine Old Port Red	11.00	
Toreador	12.00	
Very Fine Old Port White .. .	12.50	
Pinhao	18.00	
Emperor	21.00	
White Port	12.00	
Old Crusted.. . . .	12.00	
Royal Blue Label	18.00	
	Au gall.	
Diamond T.	2.50 à 2.60	
Two Grapes	2.75 à 2.85	
Three Grapes	3.00 à 3.10	
Four Diamonds	3.35 à 3.50	
Four Grapes	3.60 à 3.75	
Three Crowns	4.60 à 4.75	
J. M. Caselles y Tarrats (3)		
Au gallon.. . . .	1.00 à 1.50	
Cockburn, Smithes & Co. (4)		
Tawny.. . . .	La cse. 16.00	
Au gallon.. . . .	2.75 @ 7.00	
Croft & Co. (6)		
Au gallon.. . . .	2.40 @ 7.50	
A la caisse	7.00 @ 24.00	
Robt. Delaro & Co. (2)		
"Antique".. . . .	qts. la cse. 7.00	
Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse	
Pioneer	12.00	
Commendador	16.00	
Au gallon	\$2.75 à \$ 9.00	
Garcia Hijos (2)		8.50
Gulmarraens & Co. (6)		
Invalid's Reserve.. . . .	La cse. 7.50	
Au gallon.. . . .	2.25 @ 5.50	
Hunt, Roope, Teage & Co. (9)		
Au gallon.. . . .	2.00 @ 5.50	
Oliva Morez y Ca. (3)	La cse	
Old Tawny	5.50	
MacKenzie & Co. Ltd. (12)		
Au gallon.. . . .	2.50 @ 10.00	
A. Rizat et Cie (2)		2.50
Robertson Bros. & Co. (3)	La cse	
Medal Port No 1	16.00	
Medal Port No 2	13.00	
Favorita Oporto	8.00	
Au gallon.. . . .	1.50 @ 6.50	
Sandeman & Co. (12)	La cse	
Superior Old.. . . .	12.00	
"Club"	18.00	
"1890"	30.00	
Au gallon.. . . .	2.50 @ 15.00	
T. G. Sandeman & Sons (5)		
Au gallon.. . . .	2.75 @ 9.00	
Silva & Cosens (15)	La cse	
Dow's Admiral.. . . .	16.50	
Dow's Toreador	9.50	
Au gallon.. . . .	2.50 @ 14.00	
	La cse	
Manual Tosta (2)		6.50

Wiese & Krohn (10)

Tinto Novo	gallon	1.50
Caisse 12 qts.		5.50
Tinto Novo No 1	gallon	2.15
Ligítimo No 1	gallon	3.90
Caisse 12 qts.		7.50
Particulier	gallon	3.50
Invalid Port	cse 12 qts.	10.00
T. Ventura & Co. (2)		4.50
E. Yzaguirre (5)	Le Gal.	
Three Grapes		1.50

PORTER ANGLAIS

Guinness (3)	qts.	pts.
Read Bros. "Dog Head"...	2.60	1.65
Guinness' (14)	qts.	pts.
Monkey Brand	2.50	1.60
Monkey Brand Nips		1.10
Guinness' (4)	qts.	pts.
E. & J. Burke, bottling.. .	2.60	1.65
W. E. Johnson & Co. (13)	qts.	pts.
Marque Compass	2.55	1.65
Machen & Co. (6)		
Marque Pelican	2.50	1.60
Machen & Hudson (5)		
Marque "Beaver"	2.50	1.50

RHUMS

Boivin, Wilson & Cie (3)	qts.	pts.
Black Joe	8.00	9.00
No 7.. . . .	7.00	8.00
Marie Brizard & Roger (12)	qts.	pts.
Ste-Croix.. . . .	12.00	
P. S. Clément.. . . .	11.00	
Jamaïque au gallon.. . . .	5.00	
E. & J. Burke (4)	qts.	pts.
Jamaica.. . . .	9.50	
Dandicolle & Gaudin (1)	qts.	pts.
Lion	8.00	9.50
Royal	0.00	11.00
St-Marc	0.00	9.50
Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Kaiopa Habitation	10.50	12.50
Vieux Rhum	12.00	14.00
Carmencia (Jamaica)	13.00	15.00
H. G. Kewney & Co. (5)	qts.	pts.
Old London Dock—1Etoile .	7.75	
Old London Dock—3 Etoiles .	8.75	
Navy Reserve (6)	qts.	pts.
Jamaica	9.00	
John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse	
Jamaica Rum	10.50	
J. B. Sherriff & Co. (9)		
Marque "Bell"	9.00	
Marque "Bell", 36 o. p. au gallon.. . . .	5.00	
Marque "Blue Star", 36 o. p. au gallon.. . . .	4.75	
Thorne (14)	qts.	pts.
Marque "Lion"	8.50	10.50
Liquid Sunshine	9.50	10.50
Turner (2)	La cse	
Quarts	7.00	
Pints	8.00	
½ Pints	9.00	

SAUTERNES

Barton & Guestier (4)	qts.	pts.
Haut Sauternes	12.50	13.50
Graves	6.00	7.00
Barsac.. . . .	8.75	9.75
Château Yquem.. . . .	24.00	25.00
J. Calvet & Cie (6)	qts.	pts.
Graves.. . . .	5.25	6.25
Sauternes.. . . .	5.50	6.50
Haut Sauternes 1901....	11.50	12.50
Faure Frères (3)	qts.	pts.
Sauterne.. . . .	4.00	5.00
Santerne.. . . .	5.00	6.00
Haut Sauterne.. . . .	8.00	9.00
Château Barsac.. . . .	6.50	7.50
Château Yquem.. . . .	15.00	16.00

Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Graves	4.00	5.00
Barsac	7.00	8.00
Haut Sauternes	8.00	9.00
Château Yquem	18.00	19.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts.	pts.
Ordinaire	5.50	6.50
Haut Sauternes	9.00	10.30
A. Guilhou Frère Aîné (13)	qts.	pts.
Sauternes	4.50	5.25
Haut Sauternes	5.00	6.00
Graves Martillac	6.00	7.00
Jimenez & Lamothe (14)	qts.	pts.
Sauternes	5.00	6.00
Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts.	pts.
Barsac	6.00	7.00
Sauternes	6.00	7.00
Graves	6.00	7.00
Haut Sauternes	11.50	12.50
Château Yquem	20.00	21.00
A. Lalande & Cie (5)	qts.	pts.
1890 Graves	4.80	5.80
1888 Barsac	5.20	6.20
Lecompte & Morel (2)	..	2.75 3.25
Vigneau & Cambours (2)	..	3.50 4.00
Gustave Vigneron (1)	..	3.00 4.00

SHERRIES

Blandy Bros. (2)	La cse
Manzanilla	8.50
Amoroso	11.00
J. M. Caselais y Tarrats (3)	
Au gallon	1.00 à 1.50
F. W. Cosens & Co.	
Au gallon	de 2.00 @ 10.00
Richard Davies (9)	
Au gallon	1.50 @ 5.00
Pedro Domacq (5) au gallon	1.25 @ 9.00
Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse
Emperador	16.00
Corona	12.00
D. Goni Feuerheerd (7)	
Caisses	16.00
Au gallon	3.00 à 9.00
Manuel Gamboa Ramirez (6)	
Au gallon	1.25 @ 4.50
A la caisse	4.50 @ 12.00
Jose Gomez (2)	La cse 8.50
Corona	12.00
Gonzalez & Byass (14)	La cse
Christiana Dry	10.00
Idolo Seco	12.00
Pendon	2.00
Claro	2.50
Giralda	3.00
Old Brown	3.25
Fino	3.75
Amontillado	4.00
Vino de Pasto	4.00
Oloroso	4.25
Las Torres	4.50
Victorioso	5.50
Jubilee	6.00
P. Juanito & Co. (2)	La cse 6.50
M. Misa (4) au gallon	1.50 @ 6.00
Oliva Morez y Ca. (3)	La cse
Golden Sherry	5.50
Mackenzie & Co. Ltd. (12)	
Au gallon	1.50 @ 10.00
Robertson Bros. & Co. (3)	La cse
Amontillado	16.00
Manzanilla	13.00
Oloroso	8.00
Au gallon	1.75 @ 7.50
Sanchez Hermanos (2)	La cse 4.50
Sanderman Buck & Co. (Julian Pémartin)	
(12)	La cse
Pale Dry	12.00
Montilla Fino, very dry	12.00
"Club"	18.00
Selected Old	36.00

"Jubilee"	50.00
Au gallon	de 1.50 @ 10.00
Sob. de Vda X. Harmony y Ca. (13)	La cse
Pedro Ximenez	\$12.00
Vin Sherry, gallon	0.90 à \$8.00

A. R. Valdespino & Co. (6)	
Au gallon	de 1.25 @ 6.50
A la caisse	de 5.00 @ 15.00
B. Vergara (9)	
Au gallon	1.50 @ 4.50

SPARKLING SAUMUR

Ackerman-Laurance (15)	qts.	pts.
"Dry-Royal"	15.75	16.75
½ pts. paniers 1 doz ; pa-		
quets de 4 paniers	18.00	

TARRAGONES

Darichez M. (4) au gallon	1.00 à 3.00
---------------------------	-------------

VERMOUTH

Dolin Chamberizette (2)	..	8.00
Cte Chazalotte & Co. (3)	..	7.00
E. Martinazzi & Co. (Italien) (1)	..	5.75
Noilly, Prat & Co. (12)	..	7.00
Freund Ballor & Co. (Italien) (12)	..	6.75
P. Ricardo Forino (2)	..	6.50

VIN DE GINGEMBE

Boivin, Wilson & Cie (3)	La cse
Quarts	4.50
Au gallon	1.20
Cold & Co. (1)	qts. 4.00
Au gallon	0.85 à 1.25

VIN DU RHIN

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Laubenheim	7.00	8.00
Nierstein	8.50	9.50
Rudesheim	15.50	16.50
Liebfraumilch	17.00	18.00
Hockheim	18.00	19.00
Marcobrunn	21.50	
Johannesberg	25.00	
Steinwein [cruchons]	11.00	12.00
Sparkling Hock	17.50	19.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Laubenheim	7.00	8.00
Bodenheim	7.50	8.50
Nierstein	8.50	9.50
Steinwein in Boxbeutels	11.00	
Rudesheim	15.00	16.00
Liebfraumilch	15.00	16.00
Giesenheim	16.00	17.00
Hoheim	18.00	19.00
Johannisberg	21.00	22.00
Claus Johannisberg—1893	30.00	
Sparkling Hock	18.00	19.50

Frederick Krote (14)	qts.	pts.
Laubenheimer	6.00	7.00
Niersteiner	6.75	7.75
Rudesheimer	10.00	11.00
Hochheimer	10.00	11.00
Steinwein	11.00	12.00
Liebfraumilch	14.50	15.50
Johannisberger	17.00	18.00
Royal Scharzberg	20.00	21.00
Sparkling Hock, blanc	16.00	17.00
Sparkling Hock, rouge	18.00	19.00

Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Bodenheimer	6.00
Hohnheimer	6.50
Laubenheimer	7.00
Niersteiner	8.00
Oppenheimer	9.00
Hochheimer	9.50
Johannisberger	15.00
F. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Laubenheimer	7.50	8.50
Niersteiner	9.00	10.00
Rudesheimer	12.50	13.50
Liebfraumilch—1893	18.50	19.50
Johannisberger—1893	25.00	26.00

VINS TONQUES

Castro (5)	La cse
1 Seal port	5.00
3 Seal port	6.00
Dubonnet (1)	La cse
Litres	10.00

Red-Heart (15)	9.00
Vin Mariani (14)	10.00
Vin St-Michel (3)	8.50
Wilson's Invalid's Port (14)	8.00

WHISKEYS AMERICAINS

Wilson (14)	La cse
Bourbon Gold Lion	10.00
Old Valley	qts. 12.50
Old Valley	1-2 flasks 16.00

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye (1)	La cse
Screw top, 16 flasks	6.00
Screw top, 24 flasks	6.25
Screw top, 48 flasks	7.25
Glass stop, 24 flasks	6.50
Glass stop, 48 flasks	7.50

Perfection Brand Rye (1)	La cse
Amber	12 qts. 5.00
Glass stop, 32 flasks. Amber ..	6.00
Rock & Rye	12 qts. 7.90
Rock & Rye	24 flks 8.00

Parker's (9) High Wines 50 o. p. gal.	
En quarts	3.90
En 1-2 quarts	3.95
Quantités moindres	4.00

Jos. E. Seagram (16)	La cse
"Star" Rye	qts.
"Star" Rye	Flasks, 32s.
"Star" Rye	Flasks, 64s.
White Wheat	qts.
White Wheat	Flasks, 32s.
No. "83" Rye	qts.
No. "83" Rye	Flasks, 16s.

Unicorn (13)	La cse
Quarts	6.30
24 Flasks	6.50
48-½ Flasks	7.50

Hiram Walker & Sons	La cse
Canadian Club, 5	3.00
Canadian Club	Flasks, 16s. 10.50
Canadian Club	Flasks, 32s. 11.00
Imperial	qts. 7.50
Imperial	Flasks 16s. 8.00
Imperial	½ Flasks 32s. 8.50

Canadian Club—5 years old	4.00
Imperial	2.80
Rye	25 U. P. 2.25
Malt	25 U. P. 2.25

Wilson (14)	La cse
Empire Rye	qts. 8.00
Empire Rye	flasks. 9.00
Empire Rye	½ flasks. 10.00
Empire Rye	32 flasks 8.00
Liquid Sunshine	qts. 6.00
Liquid Sunshine	Flasks 7.00
Liquid Sunshine	1-2 Flasks 8.00
Liquid Sunshine	32 Flasks 7.00
Etoffe du Pays	qts. 6.00
Moonlight	qts. 6.00
Moonlight	Flasks 16s. 6.50
Moonlight	Flasks 32s. 7.00
Moonlight	Flasks 36s. 7.25
Moonlight	Flasks 64s. 8.00

J. P. Wiser & Sons, Ltd. (17)	
Recreation	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 5.00
12 Flks.	Imp. qts. 7.00
16 Flks.	Imp. pts. 5.50
32 Flks.	Imp. ½ qts. 6.00
36 Flks.	Travellers 6.00

Canada Whiskey	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 7.00
20 Flks.	Imp. pts. 8.50
32 Flks.	Imp. ½ pts. 8.00
60 Flks.	Imp. ½ pts. 8.00

Red Letter	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 8.00
Whiskey Clair	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 5.00

H Corby Distillery Co., Ltd.	La cse
I. X. L.	qts. 8.07
I. X. L.	Imp. Pts. 16s. 8.90

1 X. L.	Flasks 32s.	8.25
1. X. L.	Miniatures 54s.	4.50
Old Dominion	qts.	8.90
Old Dominion	Imp. Pts. 16s.	8.00
Old Dominion	Miniatures 54s.	4.50
Canadian Rye	qts.	5.40
Canadian Rye	Imp. Pts. 16s.	6.00
Canadian Rye	Flasks 32s.	6.00
S. B. Rye (Special Blend)	qts.	7.00
S. B. Rye (Sp. Blend) Imp. Pts. 16s.		7.50
S. B. Rye (Sp. Blend) Flasks 32s.		7.50
S. B. Rye (Sp. Blend)	Min. 54s.	4.50
Whiskey Blanc	qts.	5.50
Whiskey Blanc	Imp. Pts. 16s.	6.25
Whiskey Blanc	Flasks 32s.	6.00

WHISKEY ECOSSAIS

James Ainslie & Co. (1)	1 cse 5 cses	
Ainslie Liqueur		13.00
Ainslie Special Liqueur		16.00
Ainslie All Malt Liqueur		15.00
O'Gilvie, quarts.		7.00
O'Gilvie, 24 flasks.		7.75
O'Gilvie, Imperial quarts.		9.50
Ainslie, Yellow label.		9.00
Ainslie, Ord. flasks.		10.25
Ainslie, Imperial quarts		13.50
Ainslie, White label		9.75
Ainslie, Special.		10.50
Ainslie, Extra Special.		12.50
Ainslie, Clynelish [Smoky].		13.00
John Begg (13)	La cse	
Capsule rouge		9.50
Capsule blanche		10.50
Capsule bleue		12.50
Special Reserve		18.00
Big Ben (1)	1 se 5 cses	
Quarts [10 years old]		11.00 10.75
Bulloch, Lade & Co. (4)	La cse	
Loch Katrine.	qts.	7.50
Loch Katrine	32 Flasks.	9.50
Loch Katrine. Imp. Qt. Flasks.		11.00
Special White Label.		9.50
Extra Special Gold Label.		11.00
Brae Mar Special (14)	La cse	
Quarts		8.00
Flasks		9.00
1-2 Flasks		10.00
32 Flasks		9.00
Bruce, Wallace & Co. (14)	La cse	
Imperial quarts		10.50
Reputed quarts		7.00
24 Flasks		8.00
48 Flasks		9.00
48 Flasks (10 oz.)		14.00
Burns, Leslie & Co. (14)	La cse	
Glenell.	qts.	6.00
Loch Carron (14)	La cse	
Imperial quarts		10.00
Reputed quarts		6.50
24 Flasks		7.50
48 Flasks		8.50
Robt. Dale & Co. (2)	La cse	
Quarts	12s	5.00
Flasks	24s	6.00
1/2 Flasks	48s	7.00
Peter Dawson (3)	La cse	
Perfection.		9.75
Special.		10.50
Extra Special.		9.50
Liqueur.		12.25
Old Curio, 20 years old		15.00
Au gallon.	4.00 @	7.00
John Dewar & Sons, Ltd. (15)	La cse	
Dominion Blend.	qts.	8.75
"Special".	qts.	9.25
Blue Label.	qts.	9.75
Special Liqueur [W. Label] qts.		12.50
Extra Special Liqueur.	qts.	16.50
5 cses d'une sorte ou assorties, 25c la cse-en moins.		
Alex. Ferguson & Co. (10)	La cse	
Fine et vieille liqueur 20 ans d'âge		15.00
Club Liqueur		13.50

P. & O. Special Liqueur, 10 ans	10.00
K. T.	9.50
Gleneil (14)	La cse
Imperial quarts	9.50
Reputed quarts	6.00
24 Flasks	7.00
48 Flasks	8.90
Greenless Bros. (14)	La cse
King Edward VII. Ext. Sp. qts.	9.50
King Edward VII. Sp. Liq. qts.	12.00
Dunblain pure grain	8.75
Dunblain pure malt	8.75
Real Antique pure Highland	16.00
King Edward VII	4.75 à 5.00
V. O. Extra Sp.	4.00 à 4.50
Haig & Haig (14)	La cse
★★★★	9.50
★★★★★	13.00
Bleu Blanc Rouge.	9.50
Pinched Bottles	14.00
Pinched Bottles Wired	16.00
Au gallon	4.25 à 4.50
Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse
Hay's finest.	Sq. qts. 7.75
Hay's old	Rd qts. 6.75
Hay's old	24 flasks 7.50
Hay's old	32 sq. flasks 7.50
Hay's old	Imp. qts. flasks 10.00
D. Hellbron (14)	La cse
Hillburn Blend.	qts. 8.90
Hillburn Blend	Imp. qts. 11.00
Hillburn Blend	Imp. pts. 12.00
King's Liqueur, 10 years qts.	10.00
King's Liqueur, 20 years	13.90
Au gallon	4.00 à 4.25
John Hopkins & Co. (5)	La cse
"Old Mull" Blend.	9.50
"Navy Liqueur" V. O. S.	12.00
House of Lords (14)	12.50
Melrose, Drover & Co. (3)	Legal.
1 étoile.	4.00
2 étoiles.	4.25
3 étoiles.	4.50
4 étoiles.	4.75
5 étoiles.	5.00
A. Macmurdo & Co. (14)	La cse
Imperial quarts	8.50
Reputed quarts	5.50
24 Flasks	6.50
48 Flasks	7.50
Mitchell Bros. (2)	La cse
Mullmore 12 Btles.	qts. 6.50
Mullmore 24s	pts. 7.50
Mullmore 48s	1/2 flks. 9.00
Mullmore 24 Imp. qts. Flasks	10.00
Glen Ogle 12 Btles rdes	qts. 8.00
Heather Dew 12 Btles. rdes qts.	8.00
Heather Dew 12 Imp. Flks. qts.	11.25
Heather Dew 10 oz. Flks. qts.	12.00
Special Reserve 12 Btles. rdes.	9.00
Special Reserve Pts. 24s	10.00
Special Reserve Imp. Flks. 24s	11.75
Finest Old Scotch 12 Btles. rds.	12.50
Grey Beard Stone Jars	12.50
E. S. L. Decanters	9.50
E. S. L.	qts. 9.50
White Star Liqueur	qts. 10.50
Old Scotch Proof.	3.50
Heather Dew	3.45 à 4.00
Sepeal Res. Scotch Proof	4.00
Special Res.	3.50 à 4.50
Extra Spec. Liqueur	4.75 à 5.00
Wallace Moir (3)	La cse
Imperial Quarts.	12.00
Alex. McArthur & Co. (3)	La cse
Quarts	7.50
Flasks	8.50
Imp. Quarts	11.00
James McNeil (1)	La cse
Imperial Oval.	qts. 8.00
Quarts.	6.00
Pints.	7.00

24 flasks, Screw top.	7.00
32 flasks, Screw top.	7.50
48½ flasks, Screw top	8.00
5 cses à la fois, 25c. en moins.	
Ian McPherson (6)	le gal
Craigdhu.	10 O. P. 4.00
Dhuloch	9 O. P. 4.10
Special Blend.	8 O. P. 4.25
Special Blend.	15 U. P. 3.75
John Robertson & Son, Ltd. (7)	Legal.
	Droits payés
No 1—Fine Old	3.43
No 2—"Special"	3.68
No 3—Old Highland	3.96
No 4—Old Dundee	4.28
No 5—Old Private John	4.71
No 6—Liqueur	5.16
No 8—Dundee Finest	5.96
	La cse.
Private Stock John Robertson	12.50
J. R. D. "Star"	9.50
Duncan McIntosh	8.25
Robertson, Sanderson & Co. (6)	
"Glenleith" [8 years old].	la cse. 9.00
"Glenleith"	5 O. P. le gal. 4.75
"Glenleith"	15 U. P. le gal. 4.00
"Grand Spécial"	9.00
"Mountain Dew," full flavor.	cse. 9.50
	la cse
"Mountain Dew," cruchons terre.	
8 Imp. qts.	12.00
"Mountain Dew," cruchons terre,	
12 Imp. qts.	13.00
"Mountain Dew," 4 O. P. le gal.	4.75
Special Liqueur	[15 years old]. 12.50
Old Private Stock, [20 years old].	17.50
John Ben-Royal Lochnagar (13)	La cse
O.	9.50
O. O. O.	10.00
J. B. Sherriff & Co. (9)	La cse
Old Islay.	10.00
V. O. Islay.	10.25
Islay, 10 o. p. au gallon.	4.25
Islay V. O. preuve, au gallon.	6.25
Stuart, Campbell & Co. (3)	La cse
Quarts.	6.50
Flasks	7.50
1/2 Flasks.	8.50
Imperial Quarts.	9.50
Tammany (14)	qts. 8.75
R. Thorne & Sons	La cse
Scotch Arms	10.00
Antique Liqueur, 20 years	12.00
Au gallon	4.50
John Walker & Sons (12)	La cse
Kilmarnock.	10.00
Wilson (14)	La cse
Brae-Mar.	qts. 8.00
Brae-Mar.	flasks. 9.00
Brae-Mar.	1/2 flasks. 10.00
Wilsons' (14)	La cse
V. V. O. Quarts	8.00
V. V. O. Flasks	9.00
V. V. O. 1-2 Flasks	10.00
WHISKEY IRLANDAIS	
E. & J. Burke (4)	La cse
Quarts.	8.50
Imperial Quart flasks	12.00
Findlater (14)	La cse
A 1.	9.50
Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse
Hay's Old	Rd qts. 6.75
Hay's Old.	24 flasks. 7.50
Hay's Old	32 flasks. 7.50
Hay's Old	Imp. qt. flasks. 10.00
D. Hellbron & Sons (14)	La cse
Old Irish	Imp. quarts 11.00
Innishannon (14)	La cse
Quarts	6.50
Flasks	7.50
1-2 Flasks	8.50
John Jameson & Son (5)	La cse
1 étoile	9.50
3 étoiles.	11.25

William Jameson (12)	La cse	Au gal.	Old Bushmill (14)	La cse
1 harpe... ..	9.75	3.65 à 4.00	★★★... ..	12.00
3 harpes... ..	10.75	4.75 à 5.00	Special Malt... ..	10.50
McConnell's (1)	La cse	Wm. O'Berne & Sons (1)	Au gallon	4.50
★	Qts. 9.00	12 Imperial Oval Quarts	George Roe & Co. (12)	La cse
★★★	Qts. 10.75	12 Ordinary Quarts	★	9.75
Special Liqueurs	Qts. 12.50	24 Pints	★★★	10.75
Mitchell Bros. Ltd. (2)	La cse	24 Flasks, stoppers	Kilkenny (3)	6.50
Old Irish Imp. Qts. 12s	11.00	48 1-2 Flasks, stoppers	St-Kevin (3)	8.00
Old Irish 12 Btles. rdes ..	Qts. 6.50	O'Brien (14)	Kilkenny (3)	6.50
Old Irish Pts. 24s	8.00	Imperial quarts	Wilsons' (14)	La cse
Old Irish Flasks 10 oz.	12.00	Reputed quarts	3 Horns	qts. 6.00
Spec. Old Irish Imp. Pts. Flks.	11.75	Flasks	3 Horns	Flasks 7.00
Cruiskeen Lawn Stone Jars ..	12.50	1-2 Flasks	3 Horns	1-2 Flasks 8.00
Cruiskeen Lawn, Imp. Qts. Flks	11.50			

— Clef à la liste précédente —

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante.

1. L. Chaput, Fils et Cie.	7. John Robertson & Son, Ltd.	13. D. Masson et Cie.
2. Laporte, Martin et Cie.	8. Hiram, Walker & Sons.	14. L. A. Wilson & Co.
3. Boivin, Wilson et Cie.	9. Gillespies & Co.	15. J. M. Douglas & Co.
4. John Hope & Co.	10. Bernard & Laporte.	16. Jos. E. Seagram.
5. W. R. Wonham & Sons.	11. H. Corby Co.	17. J. P. Wiser & Sons.
6. S. B. Townsend & Co.	12. Law, Young & Co.	18. D. McManamy & Co.

CHOSSES A NE PAS NEGLIGER

Le marchand au détail situé dans une ville où tous les marchands travaillent en harmonie pour le bien des affaires de toute la communauté, n'a pas besoin de craindre que les maisons faisant affaires par correspondance viennent nuire à son commerce. Les marchands qui ne sont pas aussi heureusement situés peuvent, par un peu d'activité et de bonne volonté vis-à-vis de leurs concurrents, créer un sentiment semblable dans leur propre communauté.

Il y a une chose que chaque marchand devrait apprendre immédiatement, c'est que meilleurs commerçants sont les autres détaillants de la ville, meilleurs compétiteurs sont-ils. Ce fait peut ne pas faire impression sur vous au premier abord, mais il devient simple avec un peu de réflexion. La plupart des détaillants semblent avoir en vue de ruiner le commerce de tous les autres détaillants de la ville, pensant évidemment réduire ainsi la compétition et se faire un plus grand nombre de clients. Toutefois c'est rarement le résultat obtenu. Aussitôt qu'un marchand ne peut plus continuer les affaires, un autre consent à essayer sa chance au même endroit, et le détaillant qui essaie de détruire toute concurrence s'aperçoit que son entreprise lui

prendra tout le temps de sa vie et le laissera pauvre.

Chaque fois qu'un marchand est sur le point d'être ruiné, il inaugure une grande vente à prix réduits, car il est forcé de trouver de l'argent à tout prix et, pendant ce temps, vous faites très peu d'affaires. Puis la balance du stock peut être vendue en bloc et l'acheteur entre en affaires avec une vente à prix très réduits comme introduction. Il a moins payé pour ses marchandises que vous pour les vôtres, car il les a achetées à un prix inférieur au prix coûtant; alors quel profit un tel acte peut-il vous rapporter?

Chaque nouveau concurrent est une quantité inconnue pour vous. Il peut n'avoir aucune idée de ce qu'il en coûte pour faire affaires et en conséquence il vendra à peu près au prix coûtant, tout en pensant faire un bon profit. Trop de petits commerçants se figurent que la différence entre le prix coûtant et le prix de vente forme le profit; ils oublient toutes les dépenses. Plus souvent vos concurrents changent, plus souvent vous rencontrez ce genre de compétition. Est-ce désirable?

Si vous avez un commerçant réellement bon, comme concurrent, cet homme ne commettra pas d'impair. Il sait que son profit doit dépasser le prix coûtant

des marchandises et leur prix de vente et, quand il fait une vente à prix réduits, il ne sacrifie pas son stock entier à n'importe quel prix. Il fait cette vente pour se procurer de l'argent, mais non parce qu'il est forcé de convertir ses marchandises en espèces sonnantes pour payer ses créanciers. En somme, il fait ce qu'on peut appeler de la compétition honnête et bonne. Il n'a pas le temps de dire des choses désagréables à votre sujet ou sur votre magasin; mais vous vous apercevrez qu'il a tout le temps voulu de se joindre à vous dans toute action destinée à accroître le commerce de la localité.

C'est là qu'est la principale différence entre le commerçant véritable et l'homme qui désire être commerçant, mais n'est pas fait pour cela. Le véritable marchand est un faiseur d'affaires. Toujours il contribue à augmenter le commerce de la localité et il ne compte que sur lui-même pour obtenir sa part des affaires lorsque celles-ci ont pris du développement. Si vous travaillez de concert avec un homme de ce genre, vous verrez qu'il vous aidera à augmenter vos affaires, tout en s'aidant lui-même, car il ne perd jamais de temps à dénigrer ses voisins; mais il essaie toujours d'assurer le succès d'autrui, sachant que le succès engendre le succès.



STATISTIQUES INTÉRESSANTES SUR LE TABAC

Le monopole du tabac en Roumanie fut créé en 1864, quand l'état se réserva le droit de vente des tabacs étrangers et domestiques de toutes qualités et sous toutes leurs formes et le droit de culture. Une autorisation spéciale était nécessaire à l'entreprise privée pour cultiver le tabac, et l'opposition à cette loi fut si forte que la loi fut abrogée en 1867. En 1868, la culture devint libre, soumise seulement à une certaine taxe. Le commerce du tabac manufacturé et l'exportation du tabac étaient libres. Cela dura jusqu'en 1872 quand l'état se réserva de nouveau le droit de cultiver, manufacturer et vendre le tabac dans tout le pays. Le monopole fut cédé à une compagnie pour quinze ans, divisés en périodes de cinq ans, avec une augmentation de 20 pour cent sur les paiements de la compagnie à l'état pour chaque période.

D'après le consul général des Etats-Unis à Bucharest, de 1872 à 1877, la compagnie a payé à l'état \$1,620,000 par an pour le monopole.

Cette compagnie diminua la surface du terrain en culture et la limita à certains districts. Cette surface ne dépassait pas une moyenne de 6,750 acres, produisant environ 3,750 tonnes de tabac.

Pendant les deux premières années, la compagnie perdit \$800,000, mais en 1875 elle gagna \$200,000 et, en 1876, seulement \$28,600. Beaucoup de consommateurs se plaignaient de la qualité inférieure du tabac et de son prix. En 1878, la compagnie abandonna son contrat et vendit le monopole au gouvernement pour \$725,000.

L'administration actuelle fut instituée en 1880, sous une nouvelle loi. Chaque année, en octobre, l'administration fait savoir publiquement quels sont les districts dans lesquels la culture du tabac sera permise l'année suivante, la superficie qui pourra être cultivée et le prix qui sera payé pour chaque qualité. Toute personne désirant cultiver le tabac s'adresse au maire de ce district et l'administration signe un contrat avec elle si les conditions sont satisfaisantes. L'étendue de terrain à cultiver est fixée et doit êtreensemencée au moyen de graines que l'administration récolte dans chaque région. Toute variété non permise est dé-

truite et, si on trouve plus tard une de ces variétés, le cultivateur est condamné à une amende et son contrat annulé.

La culture commence au mois de mars, époque à laquelle les graines sont semées dans le sol ameubli et couvertes avec soin pendant la saison froide. Trois variétés de tabac sont cultivées en Roumanie, dont deux, les variétés Persicean et Iaka, sont originaires de Macédoine et la troisième, Samsun, d'Asie-Mineure. La graine de la variété Iaka est importée chaque année de Macédoine.

Des expériences, qui ont donné d'assez bons résultats, ont été faites avec le tabac de Hongrie et celui d'Herzégovine. La culture du tabac est aussi encouragée par l'administration de diverses manières: création de fonds pour aider les cultivateurs en leur prêtant des sommes variant de \$40 à \$120 pour la construction de hangars de séchage et de magasins, prix annuels consistant en bétail, machinerie, arbres fruitiers, argent, etc., et compensations pour pertes résultant de la grêle ou d'incendies.

Les cultivateurs peuvent aussi obtenir le matériel et l'outillage qui leur sont nécessaires au moyen de remboursements partiels.

L'année dernière, l'administration a créé une station expérimentale à Bucharest, avec une librairie, un laboratoire et des champs d'essais. La quantité totale de tabac brut employé en Roumanie est de 4,250 tonnes, d'une valeur de \$1,120,000, dont 625 tonnes coûtant de \$400,000 à \$600,000 sont importées. Environ 80 pour cent de cette importation provient de Macédoine et d'Asie-Mineure et 125 tonnes d'Amérique, de Sumatra, de Java, du Japon et de Hongrie. Les achats sont faits aux enchères sur échantillons présentés par les vendeurs. Quand le tabac arrive des dépôts de fermentation à la manufacture, il est trié avec soin et les diverses qualités sont mélangées en proportions convenables.

En 1905-06, la production fut de 35,957 tonnes de tabac à fumer, 264,000,000 de cigarettes, 207 tonnes de tabac à priser et 550 tonnes de jus de tabac employé dans les produits insecticides. La valeur totale était de \$8,250,000. Le revenu net du monopole, pour la dernière année où des statistiques ont été publiées, était de \$5,680,000.

LA SITUATION A CUBA

Le journal "El Tabaco" de la Havana donne les renseignements suivants, à la date du 25 juin, sur la situation de la récolte à Cuba:

Le temps continue à être aussi anormal dans la Vuelta Abajo qu'il l'était la dernière quinzaine. Le soleil est excessivement chaud et la pluie attendue depuis longtemps n'arrive pas.

Néanmoins, la cueillette a commencé à Tierra Llana, Remates et Las Lomas. Jusqu'à date, le rendement de la feuille ne change pas notre opinion sur la récolte. A Tierra Llana et à Remates, les feuilles à robes sont rares, les feuilles jaunes sont abondantes. Les feuilles pour intérieurs de cigares ont une mauvaise couleur, désagréable à l'oeil et il est probable qu'avant la fin du séchage elles seront attaquées par le gorgojo et d'autres insectes qui ruinent la feuille.

La feuille jaune est moins abondante à Las Lomas, où la plante est très gommeuse, riche en nicotine. Il faudra beaucoup de temps pour que ce tabac soit prêt pour la manipulation. Le tabac cultivé sur la crête de la montagne abonde en couleurs claires.

C'est peut-être la raison pour laquelle on remarque de la tranquillité dans les achats, bien qu'il semblait tout d'abord que la récolte ne suffirait pas au grand nombre d'acheteurs présents en ce moment. Il y a un grand nombre de vegas non vendues et cela serait dû au manque de bonnes feuilles récoltées; les bonnes feuilles sont à prix très élevé.

Il faut ajouter à cela la création de fédérations du travail dans beaucoup de villes de Vuelta Abajo, qui, malgré les hauts prix payés à leurs membres, prétendent contrôler la direction des établissements; beaucoup de troubles ont déjà eu lieu, qui retarderont certainement la cueillette du tabac et qui ont déjà forcé des marchands à suspendre leurs achats.

Comme les journaux quotidiens l'ont rapporté, deux grèves ont commencé à San Luis et San Juan et Martinez à l'instigation de ces fédérations du travail. Les grévistes se rendent sur les lieux de travail et empêchent les ouvriers d'y pénétrer, à moins que le propriétaire ne signe un document par lequel il s'engage

à se soumettre aux demandes de la fédération.

Cela cause des protestations unanimes de la part des propriétaires et des ouvriers qui résistent à la fédération et a produit des troubles comme ceux de San Juan et Martinez, où l'aide du maire a été demandée; mais ce fonctionnaire a refusé sous prétexte que la fédération du travail était une société des plus respectables.

Mais pour en revenir à la récolte de Vuelta Abajo, disons que dans quelques vegas la production est splendide, cette année. Parmi ces vegas, on peut mentionner la plantation du Trust à Tavarico, San Luis, où on a recueilli une très belle récolte à couvert. Les couleurs sont claires et la feuille est fine et poreuse. Nous avons eu l'occasion de voir cette feuille et c'est réellement la feuille idéale pour un manufacturier.

La fièvre d'accaparement semble s'être portée sur Seni Vuelta, où plusieurs achats avantageux ont été faits de \$30 à \$35 le quintal. La pluie dans cette localité a suffi à procurer quelque humidité dont les planteurs ont profité pour empiler les feuilles et faire des ventes qui, d'après la demande donneront un haut profit.

La récolte bat son plein à Partidos. Tout le monde est satisfait des résultats obtenus et le rendement en robes et rezagos est bon.

Il y a quelques vegas où à cause du maigre développement de la feuille, il y a en abondance les classes 13 et 14, qui ne sont pas très bonnes pour l'exportation.

A Santa Clara, il y a eu assez de pluie pour empiler les feuilles et les ventes commenceront bientôt.

Là, les planteurs ont les mêmes prétentions que partout ailleurs, d'autant plus qu'il y a des localités où le tabac a été vendu de \$22 à \$25 le quintal, et quel qu'un a dit que les prix ont même atteint \$28 et \$30.

Nous sommes heureux de ce désir d'accaparer la feuille; il montre la bonne qualité du produit et l'abondance de la feuille de haute qualité que les marchands souhaitent; en même temps, ce qui est un crédit pour les acheteurs, donne du profit au pauvre planteur qui voit enfin son labeur récompensé.

LA RECOLTE DU TABAC AU CANADA

A en juger d'après les rapports sur les plantations préparées et en voie de préparation, il ne semble pas que les planteurs aient l'intention de réduire de beaucoup la surface de terres cultivées en tabac, comme résultat des prix bas qui ont eu cours la saison dernière. Nous croyons, dit "Leamington News", qu'une forte récolte, cette année, sera préjudiciable aux planteurs et qu'aux prix éle-

vés auxquels se vendent les porcs, il y a presque autant à gagner avec le blé d'Inde qu'avec le tabac.

Les personnes les plus au courant des conditions du commerce du tabac de culture domestique, donnent des avertissements aux planteurs et disent que si la récolte n'est pas grandement réduite, les prix seront encore inférieurs à ceux qui ont prévalu pendant de nombreuses années.

EXPORTATIONS DE CIGARES DE LA HAVANE

Les tableaux ci-dessous indiquent le nombre de cigares exportés du port de la Havane pendant la deuxième quinzaine de mai et la première quinzaine de juin:

2e quinzaine de mai.

	Cigares.
Etats-Unis	787,750
Angleterre	386,945
France	169,350
Canada	79,550
Allemagne	53,415
Espagne	28,350
Mexique	24,875
Afrique	20,500
Inde anglaise	20,050
République Argentine	19,000
Autriche	10,500
Italie	10,000
Iles Canaries	8,000
Divers pays d'Asie	4,800
Belgique	600

Total 1,623,685
Du 1er janv. au 15 mai . . . 62,273,505

Total du 1er janv. au 31 mai. 63,897,190
Pour la même période en 1906. 105,111,686

Diminution en 1907 . . . 41,214,496

1ère quinzaine de juin

	Cigares.
Etats-Unis	188,225
Grande-Bretagne	186,700
Allemagne	89,325
Chili	26,000
Canada	20,500
Espagne	19,300
République Argentine	5,000
Guatemala	4,000
Porto Rico	3,000
Panama	750

Total du 1er au 15 juin . . . 542,800
Du 1er janv. au 31 mai 1907. 63,897,190

Total du 1er janv. au 15 juin 64,439,990
Même période en 1906 . . . 113,645,980

Diminution en 1907 . . . 49,205,990

Pendant la 1ère quinzaine du mois de juin 1906, il avait été expédié 8,534,294 cigares.

LES PIPES EN BRUYERE

Comme on a pas mal écrit récemment sur la rareté de la racine de bruyère, l'histoire suivante de l'industrie des pipes de bruyère, reproduite du "Cigar & Tobacco World" de Londres, est intéressante, en même temps qu'elle procure

des renseignements, dit "Canadian Cigar and Tobacco Journal".

La bruyère croît dans la plus grande portion de l'Europe méridionale, comprenant les îles de la Corse et de la Sardaigne, l'Algérie et presque partout sur les côtes de la Méditerranée. Quand les racines sont extraites de la terre, on les prépare pour le marché en les faisant d'abord bouillir, puis sécher et en les coupant en blocs d'une forme plus ou moins carrée. Cette préparation constitue une industrie importante en Sardaigne et en Calabre, où plusieurs centaines d'ouvriers sont employés aux scieries, dans les bois. Empaquetés en balles de trois à cinq grosses chacune, les blocs sont expédiés en Angleterre, en France, en Allemagne, en Autriche et aux Etats-Unis.

Histoire des pipes de Bruyère

Jusqu'en 1860, ces pipes étaient inconnues en Angleterre. La première expédition arriva de Vienne quelques années plus tard et créa toute une sensation, car, à cette époque, les fumeurs n'employaient guère que la pipe en écume de mer et la pipe en terre; des millions de ces dernières pipes, longues et courtes, étaient vendus. Le bois dont elles étaient faites paraissait plus tendre que le bois des pipes de bruyère d'aujourd'hui et faisait penser qu'il était plus absorbant; cela pouvait être causé par une différence dans le finissage ou peut-être par une légère différence dans l'âge du bois employé. Toutefois, ces pipes plurent immédiatement, malgré leur prix qui était très élevé, par rapport au prix d'aujourd'hui; \$1,08 était le prix pour une pipe droite, et \$1.56 pour une pipe courbée.

Les premières formes de ces pipes étaient connues sous le nom de "billionard", avec un fourneau renflé et un tuyau de forte dimension, présentant une assez bonne épaisseur de bois, parce qu'on pensait que cela était nécessaire pour supporter la chaleur du tabac qui brûlait; dans le même but, le fond du fourneau était épais et nécessitait un canal court pour rejoindre le principal canal du tuyau. Comme tous les fumeurs expérimentés le savent, cela cause de l'ennui et fait juter à la pipe, surtout les pipes à tuyau courbe. Ces pipes étaient relativement lourdes et difficiles à nettoyer. Le finissage était bon; elles avaient des bouts en ambre de 1½ pouce à 1½ pouce et étaient placées dans des étuis garnis de peluche, bien faits; en les importait de Vienne.

Progrès lents de leur popularité

Attirant peu l'attention comme nouveauté et considérées quelque peu comme curiosité, les pipes de bruyère n'obtinrent pas immédiatement la faveur

blique. L'homme pauvre ne pouvait pas y mettre le prix et était par conséquent forcé de se contenter de la pipe de plâtre modeste et non dispendieuse dont quelques-unes se culottaient bien, mais malheureusement, elles avaient l'habitude de se briser juste au moment où elles atteignaient la meilleure coloration. L'homme aisé était généralement en faveur de la pipe en écume de mer; c'était à une époque où il n'était pas considéré comme mauvaise manière de fumer la pipe dans la rue; les fumeurs aimaient à surveiller leur pipe changer graduellement leur couleur jaune grisâtre en une riche couleur brun châtain. Mais malgré tous les soins qui lui étaient donnés, la pipe aristocratique en écume de mer se brisait quelque fois.

Le fumeur accompli découvrit bientôt que la pipe en bois était moins dispendieuse, qu'elle ne se brisait pas si facilement et que la majorité de ces pipes (pas toutes) étaient très douces à fumer; de plus, si elles se brisaient ou si on les perdait cela n'était pas très coûteux.

Augmentation de la demande

Un plus grand nombre de formes ayant été mises sur le marché et la compétition réduisant quelque peu les prix, le fumeur de la classe moyenne se mit à fumer la pipe de bruyère comme étant plus respectable en apparence que la pipe en terre et n'étant pas si fragile. La demande s'accrut, comme cela arrive toujours, augmenta les stocks des marchands qui s'approvisionnaient principalement en France, jusqu'à ce qu'enfin les prix devinrent à la portée de l'ouvrier. Toutes sortes de bois furent aussi employés à la manufacture des pipes, et principalement l'acacia d'Australie et le cerisier bien connu provenant de la forêt Noire en Allemagne.

St-Claude

Dans cette petite ville des Alpes Jura, en France, presque toute la population est employée à la manufacture des pipes en bruyère, la production s'élevant à quelques milliers de pipes par semaine, qui sont exportées dans toutes les parties du monde. Il y a là quelques grandes manufactures, mais les pipes de qualité inférieure sont faites dans les maisons des habitants pauvres où le chef de famille travaille au tour pendant que sa femme et ses enfants sont engagés activement à polir et à finir les marchandises.

Procédé

Après avoir été coupées en dimensions convenables pour la manipulation, par des scies circulaires, les ébauches reçoivent leur première forme sur un tour; ces ébauches sont dégrossies au moyen

de couteaux spéciaux, puis le fourneau est creusé, le canal également; elles sont ensuite rendues unies au moyen de limes et de pierres ponce. Prêtes maintenant pour la sélection, les ébauches sont examinées avec beaucoup de soin, pour toutes les imperfections qu'elles peuvent présenter et qui consistent en fentes et en crevasses très petites. C'est là la tâche d'hommes aux mains et aux yeux expérimentés, car l'œil qui n'a pas de pratique pourrait passer sur la moitié des défauts sans les découvrir. Le finissage des pipes consiste à les polir sur des roues en carbonate de chaux fixées au tour, puis à les frotter à l'extérieur avec de la poudre de Tripoli. Pour l'intérieur du fourneau, on emploie deux sortes de papier de verre, puis de la pierre ponce et enfin du Tripoli et les pipes sont alors prêtes pour qu'on y place les bouts d'ambre, d'imitation d'ambre, de corne ou de caoutchouc vulcanisé, selon qu'on le désire.

Bouts en corne

Autrefois, les bouts de pipes en corne n'étaient pas de belles choses; ils étaient faits d'une corne relativement molle, ayant souvent une apparence lamelleuse, dont les morceaux se détachaient à l'usage. Cette corne était généralement tendre, noire et polie; mais il existait aussi une espèce demi-transparente qui était colorée pour simuler de l'ambre. L'article bien marqué et durable dont on se sert aujourd'hui fut d'abord importé du sud de l'Afrique et était connu sous le nom de Corne du Cap, mais la meilleure qualité et la plus grande quantité vient maintenant de l'Amérique du Sud où l'élevage des boeufs pour la viande aussi bien que pour la peau et les cornes est probablement celui qui réussit le mieux dans le monde. Ces cornes sont petites et produisent rarement plus d'un bout de pipe de bonne dimension, ou deux bouts de pipes de dimensions plus petites, car il n'y a que les extrémités pleines qui peuvent être employées dans ce but. Avant d'être soumises au procédé de manufacture, les cornes doivent être bouillies, puis cuites au four. On coupe alors leur extrémité, avec une scie circulaire, et cette extrémité est dégrossie sur un tour, puis courbée. Les bouts de pipes droits sont alors polis, mais ceux qui sont courbés doivent être rendus flexibles par une deuxième plongée dans l'eau bouillante et on les courbe pendant qu'ils sont encore chauds, avant de les finir. Chaque bout de pipe est ajusté à la pipe particulière à laquelle il est destiné avant le procédé de polissage.

Caoutchouc durci

Le caoutchouc durci était presque inconnu, il y a quelques années et, comme on le sait en général, on le prépare avec

le caoutchouc de l'Inde. C'est indubitablement la matière la plus durable et faisant le meilleur service pour les bouts de pipes. Pendant de nombreuses années, ces bouts de pipes étaient faits de caoutchouc durci, mis dans des moules pendant qu'il était chaud, après quoi, on le dégrossissait et on le polissait; bien qu'elle soit noire de jais quand elle est neuve, cette matière devient mate et brune à l'usage et si on l'exposait à une lumière intense ou si on la laissait de côté pendant un jour ou deux, elle prenait un goût désagréable jusqu'à ce qu'elle devint chaude. Une grande amélioration eut lieu quand on découvrit qu'on pouvait produire un article plus dur, de meilleure apparence et pouvant prendre un poli plus fort en faisant une coupe dans un bloc solide de caoutchouc durci. Ce genre de bloc a quatre pieds de long par deux pieds de large et 1-2 pouce à 3-4 pouce d'épaisseur. Ces blocs sont d'abord découpés par une fine scie circulaire, en lanières étroites, de la grandeur requise, subdivisées quant à la longueur, puis on les tourne sur le tour, on les dégrossit au moyen de limes, on les perce et enfin on les polit, pour les fixer aux pipes. Un peu de chaleur appliquée avec soin est tout ce qui est nécessaire pour courber le caoutchouc durci.

Les vis en os.

Les pipes et les bouts de pipes étant maintenant prêts à être réunis, de telle sorte qu'ils ne puissent être séparés pour le nettoyage et les réparations, cette union est opérée au moyen de vis en os. Ces os sont coupés à la main, sur le tour, et sont pourvus d'un épaulement pour empêcher qu'elles n'aillent plus loin qu'il ne faut dans le bout de pipe; on arrive à cela en donnant à cette partie environ un tiers de moins de diamètre qu'à celle qui s'ajuste dans le bois. Après avoir été ajustée avec soin dans les deux parties, la vis est retirée, polie, avec de la pierre ponce fine, creusée en un moment, par une petite machine ingénieuse, et finalement frottée avec du drap appelé duvet de cygne. On la fixe au bout de pipe, avec du ciment qu'on laisse sécher, après quoi, la pipe complète est polie et la bruyère est frottée avec de l'huile pour lui donner une couleur plus sombre.

Les pipes de Bruyère en stock

Au contraire des articles en écume de mer, les pipes en bruyère ne se détériorent pas par l'exposition en vitrine; au contraire, elles prennent une couleur plus foncée et leur apparence s'améliore, surtout si elles sont frottées avec un drap sec chaque fois qu'on arrange la vitrine. Sous ce rapport, il est bon pour les marchandises en boîtes que l'on place en vitrine de retourner les pipes d'un côté à l'autre, de façon que la couleur soit

uniforme. De temps à autre, une pipe en bois plus tendre que de coutume prendra une apparence sale et mate, lavez-la avec de l'eau tiède et lorsqu'elle est sèche, appliquez une très légère quantité d'huile d'olive, puis polissez avec du cuir.

Parmi les milliers de pipes de bruyère importées, il y a un grand nombre de pipes de seconde qualité qui sont réellement défectueuses, d'autant plus qu'elles ont de petites fissures et des trous qui sont si habilement bouchés au moyen d'une composition dure que c'est à peine si on peut les découvrir. Les pipes de cette qualité, quand elles sont exposées à la lumière, prennent une teinte plus foncée, mais la composition qui remplit les fissures devient un peu plus pâle et alors les défauts se font voir par le contraste; les pipes deviennent moins vendables à mesure qu'elles sont gardées en stock. La morale pour le marchand est celle-ci: Achetez des pipes à bon marché quand vous avez une vente rapide; mettez en aussi peu que possible dans votre vitrine et gardez votre réserve loin de la lumière et bien emballée.

Quand un client a des objections à prendre une pipe de bruyère parce qu'il y a une ou deux fissures qui ont été bouchées après coup, le marchand peut lui dire en toute vérité que cette pipe sera probablement très douce à fumer et

qu'elle ne brûlera jamais. La racine est naturellement la portion la plus dure du bois, mais c'est aussi celle qui contient des crevasses très minces.

Pipes en bruyère sculptées

Il n'y a qu'une faible demande pour les pipes sculptées aujourd'hui, mais les marchands devraient mettre en stock quelques têtes d'hommes et d'animaux; ces pipes font un excellent étalage de vitrine et ne se détériorent pas en stock. Le bois dont elles sont faites (les meilleures viennent de Paris) semble être plus tendre que celui qu'on emploie pour les pipes unies et est probablement de la même sorte que le bois des premières pipes qui arrivèrent en Angleterre au début et qui ont été décrites plus haut!

LES MITES DU TABAC

En cette saison de l'année, les marchands de tabac devraient prendre des précautions et se garder contre les mites qui s'attaquent au tabac (cigarette beetles); ils s'évitent ainsi bien des ennuis, dit le journal "Tobacco". Les mites qui pondent les oeufs donnant naissance à cet insecte font leur apparition à la fin de mai ou au commencement de juin, bien que ces insectes soient d'habitude en plus grand nombre vers

la fin du mois d'août et dans le mois de septembre.

Les oeufs sont déposés par une sorte de mite et aussitôt éclos, les jeunes insectes commencent à se faire un chemin dans les cigares, les cigarettes, les paquets de tabac manufacturé. Souvent les oeufs sont déjà dans le tabac, quand le marchand le reçoit du manufacturier ou de la maison de gros; mais il est impossible de s'apercevoir de leur présence à cause de leur petitesse. Ce n'est qu'après que quelques insectes qui viennent d'éclore ont commencé leur travail de dévastation, qu'on peut les découvrir.

Il est donc de la plus grande importance que les marchands examinent leur stock fréquemment et avec soin en ce moment. On peut s'imaginer l'étendue des dégâts causés parfois par les mites du tabac par le fait que, dans une seule saison, un manufacturier de cigares clairs de la Havane a perdu des milliers de dollars, parce que des marchands qui avaient trouvé leurs marchandises infectées de cet insecte, les lui avaient renvoyées. Il est à remarquer qu'on trouve plus souvent des mites dans les fins cigares de la Havane que dans des cigares à meilleur marché; on en a trouvé cependant dans les cigares de toute espèce, dans les tabacs mélangés pour la pipe et dans d'autres produits du tabac.

Autant que nous le sachions, il n'y a

LES CIGARES

EMPORIUM A 10c.

— ET —

MONT PELEE A 5c.

Font leur chemin dans les meilleurs Hôtels et Restaurants. Les Tabacconistes soucieux de leurs intérêts les ont en stock.

Pourquoi ne tiendriez-vous pas les deux Meilleurs Cigares pour le Prix? . . .

The Emporium Cigar Co.,
ST-HYACINTHE, QUE.

Essayez seulement

LE CIGARE

PAPA

A 10 Cents

LE CIGARE DE QUALITÉ

Fabriqué par

L. N. HADD,

115, rue St-Francois-Xavier, - - MONTREAL.

Telephone Bell: Main 4581.

qu'un moyen pratique d'exterminer les mites du tabac quand celui-ci en est infesté, c'est le traitement au bisulfure de carbone, qui a été employé avec des résultats satisfaisants par des marchands de toutes les parties des Etats-Unis.

On peut se procurer du bisulfure de carbone chez tous les pharmaciens et cette substance ne coûte pas très cher. C'est un liquide qui s'évapore lentement; la méthode la plus à recommander pour traiter un stock de tabac qui contient des mites consiste à placer une soucoupe contenant une certaine quantité de liquide dans une vitrine ou tout autre récipient hermétiquement fermé où on a mis la marchandise à traiter et de laisser ainsi le tout pendant une nuit.

On aère ensuite avec soin la marchandise et on s'aperçoit que, bien que le bisulfure de carbone possède une odeur forte et très désagréable, cette odeur ne se communique nullement d'une manière permanente au tabac; l'arôme même des cigarettes et des cigares les plus fins n'est pas gâté par ce traitement, c'est du moins ce qui résulte des déclarations d'un grand nombre de marchands qui l'ont essayé.

LA CONSOMMATION DU TABAC EN GRANDE-BRETAGNE

Le Royaume-Uni est, sans contredit, le meilleur marché de l'univers pour le tabac, car sa consommation a augmenté de 30 pour cent dans les quinze dernières années, soit au taux de 2 pour cent par an. L'usage du tabac est presque général parmi les habitants du sexe masculin âgés de plus de 16 ans. Il est employé sous toutes les formes connues.

Les ouvriers consomment de grandes quantités de tabac à chiquer pendant les heures où il n'est pas permis de fumer à cause du genre de leur travail ou pour d'autres causes. On voit partout la pipe, à la maison, dans la rue, sur les lieux de sport, dans toutes les places de repos, trains de chemins de fer, bateaux, lieux publics.

Le cigare se fait le plus remarquer parmi les classes aisées et aristocratiques; mais la cigarette semble être en faveur spéciale dans toutes les classes et il s'en consomme d'immenses quantités.

On peut voir des cigarettes entre les mains de jeunes garçons de huit ans et les marchands disent que les achats de cigarettes par les femmes sont en augmentation. Les priseurs de tabac sont encore assez nombreux.

L'usage croissant du tabac est dû à un certain nombre de causes. Beaucoup de personnes semblent penser que certaines conditions climatiques, telles que l'excessive humidité de l'air, et les conditions déprimantes qui en résultent préparent la population à sentir le besoin

de l'influence stimulante et apaisante du tabac.

L'exode continu de la campagne aux centres industriels et le développement étonnant des sports en plein air ont sans doute contribué à l'augmentation de la consommation pendant les quinze dernières années. Les habitudes sociales du peuple sont un autre élément important. Chose curieuse, il ne se fait pas de campagne contre l'usage du tabac, soit par l'église, soit par l'état, à part les efforts faits par les ligues contre la cigarette pour induire les jeunes gens à s'abstenir de la cigarette avant l'âge de 21 ans.

Le commerce du tabac est peu à peu passé entre les mains de grandes compagnies qui ont fait des arrangements bien définis et profitables et qui, en Amérique, seraient désignées sous le nom de trusts. La plus grande compagnie de tabac est très puissante et contrôle directement ou par contrats un grand nombre des petits magasins de détail dans toutes les villes. Il y a beaucoup d'autres compagnies moins importantes qui font des affaires brillantes en raison des grandes possibilités qu'elles rencontrent partout, car un magasin de tabac n'a jamais besoin de faire de la réclame. Tout ce qu'il y a à faire, c'est d'établir un magasin dans le centre des affaires et la clientèle y vient.

Une combine du tabac a, sur de petits concurrents, un avantage qui n'est pas en proportion avec la différence de capitaux, pour deux raisons: il existe un droit d'accise considérable sur le tabac sous toutes ses formes, en tout le tabac doit être importé par mer. Une petite quantité de tabac a été cultivée en Irlande pendant trois ans à titre d'essai; mais cela n'a aucun effet sur le commerce.

Un tableau préparé par le Bureau des Manufactures, indiquant les importations dans le Royaume-Uni en 1905 et 1906, montre que la plus grande partie du tabac consommé provient des Etats-Unis.

("Tobacco.")

Mettez en stock les cigares qui donnent satisfaction aux clients; ce sont ceux-là qui rapportent des profits au marchand. Les cigares en grande demande sont "Emporium" à 10 cents et "Mont Pélée" à 5 cents. Ces cigares s'écoulent rapidement et donnent satisfaction au marchand, puisqu'ils plaisent aux clients. Donc, il y a tout avantage à les tenir en stock.

Les cigares "Hogen-Mogen" à 10c. et "Rogal Sport" à 5c. ont une vente soutenue, qui, par conséquent, procurent des profits. La qualité du tabac employé à leur fabrication en fait des articles supérieurs que tout marchand, soucieux des intérêts de sa clientèle, devrait avoir en stock. D'ailleurs, le prix modéré de ces cigares fait apprécier davantage leur qualité. Vendez-les, il y a tout avantage pour vous.

TABAC ET ROMAN

Le roman et le tabac, quelque étrange que cette combinaison puisse sembler, ont été inséparables depuis le commencement de la culture du tabac en Amérique. Les romanciers ont cimenté et perpétué cette union de la fiction et de la réalité dans leurs ouvrages, car l'auteur dépeint généralement l'amoureux rêvant à celle qu'il aime en regardant les volutes de fumée s'élever de son cigare, pendant qu'en imagination il voit son visage dans le nuage bleuâtre répandu autour de lui. Il montre aussi le jeune amoureux dépité jurant de se venger d'un rival et tirant de vigoureuses bouffées d'un énorme cigare.

Dans un autre ordre d'idées, le romancier nous fait voir le célibataire réfléchissant à sa vie solitaire et peu satisfaisante, tandis que, seul dans son logis, il tire tout le confort qu'il peut de sa pipe.

En tout cas, le tabac et le roman n'ont jamais été séparés l'un de l'autre; une vieille histoire nous rappelle que la culture du tabac aux Etats-Unis a été accomplie pour la première fois et rendue possible, grâce à l'intervention et à l'assistance de la première héroïne connue de la colonie américaine.

D'après des dates authentiques, il y a eu trois cents ans, le 26 avril, que le capitaine John Smith aborda pour la première fois à Jamestown, Va. Tout le monde se rappelle les faits émouvants qui ont accompagné l'établissement de ces premiers colons, les complots auxquels ils ont été en butte, la stratégie employée pour les déjouer et les tragédies qui en résultèrent. Tout le monde sait aussi que le capitaine Smith avait attiré sur lui la colère de Powhatan, chef de la tribu des Indiens qui réclamait la possession de cette partie de la forêt et qui y était établie quand le capitaine John y arriva. Toutes les écolières d'Amérique ont lu comment le capitaine fut fait prisonnier par le cruel Pohawtan et condamné à mourir. Il devait être exécuté. Le jour de l'exécution avait été fixé et la tête du capitaine était déjà placée sur un billot entre deux braves qui devaient lui porter le coup fatal, quand Pocahontas, la fille de Powhatan et son orgueil, se précipita sur le corps du capitaine Smith et demanda sa grâce.

Cette demande fut accordée et le capitaine eut la permission de partir sans être molesté. C'est une des vieilles traditions indiennes que, lorsqu'un guerrier est en danger de mort, la squaw dont il a gagné l'admiration puisse intervenir pour le sauver. Il arriva dans la suite que la dévouée Pocahontas avertit les colons blancs de tous les complots tramés contre eux par sa tribu, de sorte qu'ils purent les déjouer et y opposer des contre-attaques. Ainsi, la première femme américaine de quelque importance fut

cette jeune fille indienne qui sauva les Anglais; ceux-ci purent ainsi se livrer quelque peu à des travaux d'agriculture.

Il arriva qu'un Anglais nommé John Rolfe, qui le premier cultiva du tabac dans la colonie américaine, s'éprit de la jeune fille courageuse et voulut l'épouser. Pocahontas y consentit et leur mariage fut célébré à Jamestown, en avril 1614.

Voilà donc le roman de la première femme américaine unie au premier cultivateur de tabac en Amérique. L'ouverture de l'exposition de Jamestown, le 26 avril, n'a pas été seulement l'anniversaire du débarquement du capitaine John Smith, mais aussi celui du mariage de Pocahontas avec John Rolfe, le plan- teur de tabac.—(Tobacco Leaf).

NOUVELLE MACHINE POUR FAIRE LES CIGARES

Un manufacturier de cigares de l'Ohio a inventé un petit appareil qui promet d'être d'une grande utilité aux fabricants de cigares. Cet appareil est destiné à rouler les fortes veines de la feuille de tabac pour donner à ces feuilles une surface unie. Ce résultat obtenu, on espère qu'il se traduira par une grande économie pour les fabricants de cigares; en effet, avec la méthode actuelle, quand une veine ou membrure est exceptionnellement forte, on est généralement obligé de jeter au rebut une grande partie de la feuille.

POPULARITE DES PIPES EN CALEBASSE

Quand l'armée anglaise était dans le Sud de l'Afrique pendant la dernière guerre, les soldats anglais, après avoir perdu les pipes données par la reine, se mirent à la recherche d'une nouvelle pipe et firent une découverte intéressante, qui donna naissance à une industrie importante, la fabrication d'une pipe excessivement à la mode maintenant.

Les soldats s'étaient aperçus qu'une certaine plante ayant un fruit en forme de gourde, comme la courge d'Angleterre, pouvait servir à faire une pipe très douce à fumer, quand elle était coupée convenablement. Cette gourde avec une tige ayant une courbure naturelle, belle et symétrique, avait longtemps servi aux Kaffirs pour transporter de l'eau; mais quand les soldats anglais, les Hollandais et les Kaffirs commencèrent à garnir de fer-blanc les gourdes raccourcies pour en faire des pipes, les cultivateurs hollandais pensèrent que cette plante utile valait la peine d'être cultivée.

La pipe en calebasse est le résultat de leur labeur et beaucoup de cultivateurs du district de Oudtshoorn, à l'Est de

Cape Town, qui cultivent cette plante, recueillent maintenant une riche moisson.

Pendant les deux dernières années, les pipes en calebasse, ont eu une faveur croissante et beaucoup de clubmen, ayant à la bouche une énorme pipe en forme de cloche, échangent leurs idées sur les méthodes à employer pour culotter les fourneaux des pipes en calebasse.

La popularité de ces pipes est due à leur légèreté extrême, à leur grande douceur et à ce qu'elles prennent une très belle couleur sans qu'on en prenne un soin spécial. Ces pipes arrivent d'Afrique à l'état brut; on les munit d'un tuyau en caoutchouc durci avec monture en argent et on garnit l'intérieur du fourneau d'écume de mer.

Les pipes de ce genre à bon marché, garnies d'une composition se vendent cinq shillings; mais l'article le meilleur, garni d'écume de mer, se détaille à des prix variant de sept shillings et six pence à quinze shillings. La récolte de l'année dernière n'a pas été très bonne, à cause des ravages d'un certain insecte.

Dans le choix des gourdes, il faut considérer leur forme et la qualité de leur surface.

LE TABAC DES CIGARETTES EGYPTIENNES

Les statistiques suivantes indiquent les espèces de tabac et leurs quantités, employées dans la fabrication des véritables cigarettes égyptiennes. La quantité de tabac en feuilles qui, l'année dernière, a été expédiée des magasins d'Alexandrie aux manufactures, s'élevait à 7,486,600 kilos (16,470,520 livres), contre 7,260,300 kilos (15,972,660 livres) en 1904. Cette quantité de tabac provenait des pays suivants: Turquie, 8,224,260 livres; Grèce, 6,736,400 livres; Bulgarie, 709,940 livres; Autriche-Hongrie, 478,720 livres; Chine, 189,640 livres; autres contrées, 109,560 livres.

LA CULTURE DU TABAC DANS L'INDE

La culture du tabac dans l'Inde prend un développement plein de promesses; le gouvernement encourage cette culture de toutes les manières possibles, allant même jusqu'à établir une manufacture du gouvernement, spécialement désignée pour faire des recherches sur le tabac, dans le district de Gangpour, Bengale, un des districts producteurs les plus importants de l'Inde.

Le développement d'une industrie sous les auspices du gouvernement est beaucoup plus rapide que lorsque cette industrie reçoit son impulsion du commerce. La culture extensive de la plante et la

sélection des graines ne peuvent être faites que sur une vaste échelle et, si ces opérations sont faites par le gouvernement, les résultats profitent au petit cultivateur ainsi qu'au grand syndicat; tandis que si le travail est fait sous la direction et aux frais d'un corps commercial quelconque, les résultats en sont souvent tenus secrets autant que possible, et ce n'est que par une sélection judicieuse des graines que le petit fermier peut lutter avec succès contre la concurrence.

LA POLITESSE

Il n'en coûte rien d'être poli et, à l'occasion, la politesse contribue beaucoup à rendre la vie agréable et elle est une source de profits en ce qu'elle aide à attirer et à retenir la clientèle.

Une réponse civile vous fait des amis, tandis qu'un ton déplaisant détourne les personnes de vous: un sourire réussit quand un visage refrogné échoue.

Vous n'avez pas le droit de faire endurer à autrui vos inégalités de caractère et vos ennuis, cela éloigne de vous la clientèle.

Ne commettez pas l'erreur de penser que vous pouvez réserver votre politesse pour les personnes qui vous plaisent ou pour celles envers lesquelles vous n'osez pas être impoli. Si vous voulez réussir dans votre commerce, soyez poli envers tout le monde.

Quand quelqu'un vous questionne poliment, ne répondez pas sur un ton tranchant.

Vous pouvez au moins parler civilement, même si vous n'êtes pas assuré qu'on vous en saura gré immédiatement. Une réponse courtoise à une demande de renseignements a souvent gagné au marchand un client précieux.

Certaines personnes heureusement douées montrent de l'affabilité à toutes celles avec qui elles entrent en contact. C'est une qualité excellente qui donne à son possesseur une grande popularité. Ceux qui ne la possèdent pas devraient s'efforcer de la cultiver.

La rudesse est un défaut auquel il est difficile de remédier. Il est facile de blesser les sentiments de quelqu'un en lui parlant avec rudesse et, bien qu'on le fasse sans intention, cela peut chasser la clientèle et la pousser à s'adresser à un concurrent.

Si une personne vous ennuie, vous n'êtes pas justifié de ce fait à en faire souffrir la première personne qui entre dans votre magasin.

La politesse n'est pas une vertu, c'est une nécessité absolue; plus vous la mettez en pratique, mieux vous vous en trouverez et plus vous serez certain d'obtenir un succès substantiel et permanent dans votre commerce.

Il est intéressant pour tous ceux qui s'occupent au Canada du commerce de tabac, de savoir que les bâties repré-

Cette manufacture, située à Montréal, rue St-Antoine-Ouest, est un remarquable exemple de construction moderne;

ment de leurs affaires, que les manufacturiers des cigarettes "Sweet Caporal" ont été amenés à élever ces superbes bâ-



sentées ci-contre qui viennent d'être terminées, sont celles de la plus grande manufacture de tabac du Canada.

elle est entièrement construite en béton armé.

C'est par suite de l'énorme développe-

timents, qui vont les mettre en position de faire face à l'immense demande de cette cigarette si populaire.

LA REDACTION DES ANNONCES

En rédigeant une annonce, mettez-vous à la place du lecteur et lisez votre annonce à son point de vue. Demandez-vous ce qu'elle signifierait réellement pour vous, si vous étiez un lecteur d'occasion.

Par exemple, quand vous dites que tous les poêles ou les corsets ou les chaussures que vous offrez sont absolument les meilleurs, qu'est-ce que cela veut dire? Partout on remarque cette expression qui n'a absolument aucun intérêt: "Le meilleur article sur terre". Est-ce que chacun n'émet pas la même prétention au sujet de ses propres marchandises? Cela vous dit-il quelque chose? Qu'est-ce que cela signifie quand vous dites: "Nos marchandises et nos prix sont corrects", ou bien "Nous avons une ligne complète de marchandises à des prix corrects"? Absolument rien.

Vous devez dire quelque chose qui soit différent de ce que tout le monde dit; vous devez choisir quelque point particulier des marchandises que vous annoncez; vous devez faire une déclaration

qu'un de vos confrères ne pourra pas faire. Au lieu de rester dans de faibles généralités, allez droit au but et dites, par exemple: "Tel jour, nous vendrons des gants glacés, longueur 16 boutons, dans la nuance champagne à la mode et dans les nuances brun foncé, toutes les grandeurs, à \$2.49, ancien prix, \$3.75". Ne voyez-vous pas combien une phrase pareille frappe immédiatement l'esprit du lecteur?

Décrivez d'une manière tentante les marchandises que vous offrez, en vue de créer chez le lecteur un fort désir de posséder ces marchandises. Etudiez ce que font les maisons vendant sur catalogue; remarquez la manière irrésistible dont elles s'étendent sur l'excellence de leurs marchandises. Le lecteur du catalogue s'enthousiasme au sujet d'articles décrits d'une manière aussi engageante.

Une des qualités les plus nécessaires pour la rédaction des annonces est l'enthousiasme. Si l'auteur d'une annonce ne se sent réellement aucun enthousiasme pour les marchandises qu'il annonce, il ne pourra jamais rendre ses lecteurs enthousiastes. Soyez enthousiaste, mais

ayez soin de ne rien dire d'extravagant, de ne rien dire qui ne soit absolument conforme à la vérité. Apprenez à vos lecteurs à avoir une confiance parfaite en vos annonces; si vous ne le faites pas, celles-ci produiront peu d'effet.

M. Jos. Côté, de Québec, fait de grands changements à son magasin de la rue St-Paul. Quoique nous ne connaissions pas les détails, nous pouvons dire sans exagérer, que cette maison sera une des mieux organisées pour l'expédition aussi bien que pour le choix de ses marchandises.

Le cigare "Hogen-Mogen" à 10 cents et le cigare "Royal Sport" à 5 cents sont d'une excellente qualité et d'une fabrication soignée. Il est difficile de trouver des cigares de même valeur pour le prix. Tous les marchands qui les tiennent sont satisfaits de leur vente qui est profitable.

Le cigare "Emporium" à 10 cents et le cigare "Mont Pelée" à 5 cents ont une demande toujours croissante; ce sont donc des cigares ayant des qualités réelles, qui satisfont les fumeurs. Aussi les marchands qui les tiennent en stock ont tout lieu d'être satisfaits de leur vente.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA

Cigarettes.	Par mille
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00
Pet, 1/10.....	12.00
Sweet Caporal, en boîtes de 10....	8.50
Athlete, boîtes de 10 ou ppts 10s	8.50
Old Judge, en boîtes de 10s..	8.50
Majestic, 20s..	8.25
New Light, [tout tabac] 10s..	8.50
Sub Rosa [tout tabac] ..	8.50
Derby en ppts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55
Old Gold, 6 ⁴ (600) 3.78; 1/10s...	6.30
Prince, 7, [700] 4.02; 10s..	6.75
Sweet Sixteen, ppts, 7s, 4.02; 10s.	5.75
Murad, Turques, bouts en papier	12.00
Mogul, Turques, bouts en papier ou en liège ..	12.00
Mogul Magnams, bouts en papier.	16.00
Dardanelles [Turques] bouts en papier 12.25, en liège ou argent.	12.50
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00
Yildiz Magnams, Bouts en papier, en liège ou en or, 10s. et 100s.	20.00
Virginia Brights, bte de 600, 3.50	5.83
High Admiral, 10s....	7.00
Gloria, 7s [700] 4.02; 10s..	5.75
Guinea Gold..	12.00
Otto de Rose, 10s..	12.50
Tabacs à cigarettes.	La lb.
B. C. No 1, ppts, 1/12, btes 5 lbs..	1.00
Puritan, ppts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00
Athlete, paquets ou boîtes, 1-12, boîtes 5 lbs..	1.05
Derby, en tins, 1/4s....	.95
Vanity Fair, ppts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.20
Sultana, ppts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00
" 1/2 & 1 lb, ppts, btes 5 lbs.	.96
Gloria, ppts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00
Southern Straight Cut, paquets, 1/12s, btes 5 lbs....	.85
Old Judge, ppts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.45
Sweet Caporal, ppts 1/13s, btes 2 lbs....	1.15
Houde's Straight Cut No 1, ppts, 1/12s, boîtes 5 lbs....	1.00
Dufferin, ppts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00
Le Caporal, ppts, 1/12s, btes 5 lbs	1.00
Harem [Turque], ppts, 1/16s, btes 5 lbs....	1.35
Kiosk [Turque], paquets, 1/16..	1.92
Tabacs coupés à fumer.	La lb.
Old Chum —	
En tins, 1/6s....	1.00
En tins, 1/2 lb....	.85
En tins, 1 lb....	.85
Ppts, 1/10s, btes 5 lbs....	.85
En sacs, 1/5s., btes 5 lbs..	.88
Puritan Cut Plug —	
Ppts, 1/11s, boîtes 5 lbs..	.85
En tins, 1/2 et 1/4 lbs..	.85
En tins, 1/5s....	.93
En tins, 1 lb..	.83
Full Dress —	
En tins, 1/5 et 1/2 lbs..	.95
Meerschbaum —	
Ppts, 1/10s, btes 5 lbs..	.82
En tins, 1/2 lb....	.84
En sacs 1/5 btes 5 lbs ..	.92
Ritchie's Smoking Mixture.	
Ppts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80
En tins, 1/4 lb..	.95
Ritchie's Cut Plug —	
Ppts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs..	.71
Cut Cavendish —	
Ppts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80

Durham —	
En sacs, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00
En sacs, 1/6s, btes 5 lbs..	1.00
En drums, 1 lb....	1.00
Virginity — drums, 1 lb....	1.25
Unique —	
Ppts, 1/15s, boîtes 5 lbs..	.65
Ppts, 1 lb, boîtes 5 lbs..	.61
Ppts, 1/2 lb., boîtes 5 lbs..	.60
Lord Stanley — tins, 1/2 lb..	1.05
Hand Cut Virginia — tins, 1/4 lb..	1.00
Duke's Mixture —	
Ppts, 1/10 lb, cartoons 2 lb..	.82
Perique Mixture —	
En tins, 1 lb. et 1/2 lb....	1.15
Athlete Smoking Mixture —	
1/2 and 1/4 lb. tins....	1.35
Pure Perique —	
1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.	1.75
St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins & 1/10 sacs....	1.20
P. X X X —	
1 lb. tins....	.95
1/2 lb. tins....	1.00
1/5 tins....	1.00
Handy Cut Plug —	
1/5 pouches, 5 lbs boxes..	.90
1/2 lb. jars..	.90
Old Virginia —	
1 lb. tins....	.78
1/2 lb. tins....	.80
1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes....	.72
1 lb. & 1/2 lb. pcks, 5 lb. boxes..	.72
Morning Dew Flake Cut —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes..	.82
1-6 tins....	1.00
1/2 lb. tins....	.94
1-5 bags....	.88
Blue Star —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes..	.83
Favorite — 1/2 lb. tins....	.69
Champaign Cut Plug —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80
1-5 tins....	1.00
1/2 lb. tins....	.96
Khaki —	
1-5 tins....	1.00
1/2 lb. tins....	.96
1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80
Red Star —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.83
Sweet Bouquet —	
1/2 lb. tins....	1.25
Maryland —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.78
1/4 lb. tins....	.78
Gold Star —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80
M. P. [Perique Mixture].	
1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes..	.88
Houde's Celebrated Mixture —	
1-8 tins....	1.35
Gold Crest Mixture —	
1/4 & 1/2 lb. tins....	1.35
Gold Dust —	
1-10 bags, 5 lb. boxes....	.88
1-12 bags, 5 lb. boxes....	.90
A. T. C. Mixture à fumer —	
En tins, 1/4 lb..	1.40
En tins, 1-8 lb..	1.45
Social Mixture	
Ppts 1-10 btes 5 lbs ..	.75
En tins, 1-2 lb..	.75
Seal of North Carolina —	
En tins de 1/2 et 1/4 lbs....	1.05
En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs..	1.05
1/12, 1/8 & 1/4s, ppts, btes 5 lbs	.95
Old Gold —	
1/12s et 1/8s, ppts, btes 5 lbs..	.95

En tins, 1/8s....	1.05
Ppts, 1/4s, btes 6 lbs..	.95
En jars, 1 lb....	1.06
Tabacs Ogden	La lb.
Beeswing —	
Tins décorées, 1s ..	1.10
1/2 lb. tins, 4 lb. cartoons..	1.15
1/4 lb. tins, 4 lb. cartoons ..	1.18
1-8 pcks. 1 lb. cartoons ..	1.18
1-16 pcks. 1 lb. cartoons..	1.25
Ogden's Navy Mixture —	
1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.	1.26
Turret Navy Cut —	
1/4 lb. tins, 5 lb. cartoons.	
Mild ..	1.36
Medium ..	1.22
Full ..	1.22
1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
Mild ..	1.40
Medium ..	1.26
Full ..	1.26
1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
Mild ..	1.50
Medium ..	1.32
Full ..	1.32
Tabacs américains à fumer	La lb.
Pride of Virginia —	
1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons ..	1.36
Old English Curve Cut —	
1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons ..	1.39
Bull Durham —	
1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb. cartoons..	1.25
Duke's Mixture —	
1-10 bags, 5 lbs. cartoons ..	1.08
Richmond Gem Curly Cut —	
1-8 pcks., 5 lbs. cartoons ..	1.43
1-4 pcks., 2 lbs. cartoons ..	1.60
Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —	
1 lb. pcks., 5 lb. drums ..	1.22
Tabacs américains à chiquer plugs	
Battle Ax — 12 lbs caddies ..	.86
Piper Heidsieck—10 lbs caddies	1.20
Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.	1.15
Horseshoe — 12 lbs. caddies ..	0.99
THE EMPIRE TOBACCO COMPANY	
Tabacs à chiquer.	
Bobs, 5s., Cads 21 lbs., 1-2 Cads,	
12 lbs.	38
Bobs, 10s., Butts, 24 lbs, 1-2 Butts,	
12 lbs.	38
Bobs Bars, 5 3-5 cuts to the lb.,	
1-2 Butts, 10 lbs.	38
Currency Bars, 9s., 10 cuts to the	
lb., Butts, 25 lbs., 1-2 Butts,	
12 1-2 lbs.	38
Currency Navy, 2 x 4, 5 1-2s. to lb.,	
1-2 Butts, 11 1-2 lbs.	38
Currency Navy, 10s., 1-2 Cads, 12	
lbs.	38
Stag Bars, 5s., Butts, 16 lbs.	38
Old Fox, 12s, butts 24 lbs, 1/2 butts	
12 lbs.	48
Pay Roll, 10 1/2 oz. bars, 5 cuts to	
the bar, 7 1/2 cuts to lb, butts 20	
lbs.	56
Pay Roll, 2 x 3, 7 to lb, 22 lbs.	
cads & 12 lbs 1/2 cads.	56
Pay Roll, 6 1/2 oz. bars, [thin], 7 1/2	
spaces to the lb. boxes, 5 lbs..	56
Moose, 14 1/2 oz. Bars, 5 cuts to bar,	
5 1/2 cuts to lb., 1/2 butts, 8 lbs.	40
Tabacs à fumer.	
Empire, 5s., 10s.	36
Rosebud Bars, 6s., Butts, 20 lbs.,	
Boxes, 5 lbs.	45
Amber, 8s, and 3s....	60
Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 17 lbs. butts..	50
Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 8 1-2 lbs. 1-2	

Butts	50
Hudson, 8s cads, 20 lbs.	53
Pacific, 8s cads, 20 lbs.	53
Starlight, 1½ x 4, 7s, 8½ lbs., ½ butts	50

THE B. HOUDE CO., LTD., QUEBEC

Cut Smoking Tobaccos

Trappeur—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes	\$.32
1-12 bags, 5 lbs. boxes48
1-2 and 1 lb. pcks.30
Comfort—	
1-8 bags, 5 lbs. boxes32
1-10 bags, 5 lbs. boxes40
1-12 bags 5 lbs boxes48
Casino—	
1-6 pcks. 5 lbs. boxes24
1-2 and 1 lb. pcks.20
O. K. No. 1.—	
1-7 tins to lbs. wooden boxes56
1-6 pcks. 5 lbs. boxes50
O. K. Mixture—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Herse Shoe Solace—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes43
1-2 and 1 lb. pcks.41
1 lb. pck. with pipe inside pcks. . .	.13
1-2 lb. tins43
Gold Block—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-12 and 1-6 bags, 5 lbs. boxes . .	.50
Brown Shag—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.38
Signum Cut Plug—	
1-12 bags, 5 lbs. boxes48
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 lbs. pcks.38
1-7 tins 10 lbs. wooden boxes56
1-2 tins48
Carillon (for Smoking and Chewing).	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
Camo—	
1 lb. pck. with pipe inside pcks. . .	.33
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
Lion Brand—	
1-10 (paper bags), 5 lbs. boxes . .	.35
Calabresse—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Houde's No. 1—	
1 lb. pck. with pipe inside pcks. . .	.44
1-6 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.39
Micmac—	
1-10 (paper bags), 5 lbs. boxes . .	.30
Houde's Fine Cut—	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes . .	.52
Hudson—	
1-12 pcks. 3 lbs. boxes52
1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Golden Leaf—	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes . .	.48
1 lb. tins54
1-2 lb. tins58
1-4 lb. tins65
Rainbow—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes70
1-2 lb. tins73
1-4 lb. tins78
1-5 lb. bags, 5 lbs. boxes78
Cremo—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes52
Natural Cut Smoking Tobaccos	
Parfum d'Italie—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes43
Mon Ami (Pure Quesnel)—	
1-8 pcks. 3 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.50
Red Cross—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 pcks.40
1-7 bags, 5 lbs. boxes55
Tiger—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes32
Montcalm—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes30

1-4, 1-2 and 1 lb. pcks.	30
Zeuave—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes31
1-2 and 1 lb. pcks.30
Encore—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes49
1-2 and 1 lb. pcks.38
1-6 bags43
Rouge & Quesnel—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes38
1-5-1-2 and 1 lb. pcks.35
Mon Plaisir—	
1-9 pcks. 2 and 5 lbs. boxes70
Quesnel—	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.40
Houde's Best one Dollar Mixture—	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.80
Gold Cross—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. pck.50
Napoleon—	
1-10 pcks. 4 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.35
Blue Cross—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
1-2 and 1 lb. pcks.30
Golden Broom—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
1-2 lb. pcks.31
Houde's Sixty cents.—	
1-7 pcks. 5 lbs. boxes50

Cigarette Tobaccos

Rugby—	
1-8 (slide-boxes), 5 lbs. boxes . .	.62
1-14 pcks. 5 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.60
Petit Bleu—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. foil pcks.40
L. L. V.—	
1-2 lb. foil pcks.36
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Petit Poucet—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes48
Le Petit Jaune—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Tri Color—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55
Swoboda—	
1-9 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes . .	.64
Carlo—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55

Fine Cut Chewing

Chocolate Fine Cut—	
1 lb. tins60

Plug Chewing

Spun Roll—	
1-16 1 lb. boxes60

Natural Pressed Cut

Original—	
1-4 lb. pcks. 5 lbs. boxes60

Sliced Plug Cut

Transfer—	
1-7 (slide boxes), 5 lbs. boxes . .	.50
Atlas—	
1-6 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes . .	.44
Alice—	
1-7 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes . .	.52

Bamboo (Curved Cut.)—	
1-10 tins, 3 lbs. boxes78

CIGARETTES

Pearls—	par 1000
10s with mouth pieces 500 par bte	4.00
Dufferin—	
10s 500 par boîte	4.50
Cadet—	
10s 500 par boîte	4.00

SNUFF

Landry's Light Snuff—	Kegs ou Jars
Rose No. 128
Merise28
Rose extra32
Macaba34
Scotch, (1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)	.46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48
Grand'Mère 1-16 boxes55

Houde's Dark Snuff—	
Natural39
Rose No. 130
Rose & Bean30
Rose Extra32
Merise30
Macaba37
Scotch (in 1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)	.46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares

Le mille

Three Little Champions	
for 5c.	1/5.... 12.50
Côté's Fine Cheroots.	1/10.... 15.00
Quebec Queen.. . . .	1/20.... 15.00
V. H. C.....	1/20.... 25.00
My Best.....	1/20.... 25.00
Doctor Faust.... . . .	1/20.... 28.00
Doctor Faust	1/40.... 30.00
St-Louis [union].. . . .	1/20.... 33.00
Martin [union].. . . .	1/20.... 35.00
Havana Seconds	1/20.... 35.00
Champlain	1/20.... 35.00
V. C. [Union].. . . .	1/20.... 36.00
Martha [union].. . . .	1/20.... 55.00
El Sergeant Premium . . .	1/40.... 55.00
El Sergeant R. V. C. . . .	1/10.... \$60.00
J.C. Cl. Havane, Puritanos 1/20....	75.00

Tabacs Canadiens en feuilles

Balles de 25 et 50 lbs.

Connecticut B. 25 et 50	1905	0.13	0.14
Grand Havane B 25 et 50	1905	0.13	0.14
Parfum d'Italie A. . . .	1905	0.00	0.30
Belgique	25s.	1905	0.00 0.25
Petit Canadien	1904	0.00	0.25
Petite Plug 1-6	1905	0.10	0.12
Quesnel A. M.	1905	0.00	0.30
Rôle J. C., No 40, 1-4 . .	1905	0.00	0.32
Rouge A.	1905	0.18	0.20
Rouge G.	1900	0.18	0.20
Rouge Quesnel A.	1904	0.00	0.25
Spread Leaf, Rouge . .	1905	0.15	0.16
S. Nouveau	1905	0.00	0.15
Petit Havane	1905	0.18	0.20
S. Vieux	1904-1905	0.16	0.17

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs.. . .	48
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs.	48
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs.65
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs.60
Quesnel, 1/2, quantité à volonté.. .	.60
Côté's choice mixture, 1/4 tin.. . .	.75
Côté's choice mixture, 1/2 tin.. . .	.70
Côté's choice mixture, 1 lb..65
Tabac en poudre: Rose, 32 cts.;	
Rose et Fève, 32 cts; Fève, 32 cts;	
Rose Extra, 34 cts; Râpé, \$1.25; Mac-	
aba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 32 c.	

THE EMPORIUM CIGAR CO., SAINT-HYACINTHE

Cigares

Le mille

Club House.. . . .	1/20.... \$20.00
Le Petit Gars.. . . .	1/20.... 22.00
Little Perfectos.. . . .	1/20.... 26.00
El Maska.. . . .	1/20.... 25.00
Red Bluff	1/20.... 25.00
La Captiva	1/20.... 25.00
The Good Ones.. . . .	1/20.... 28.00
Our Leader.. . . .	1/20.... 28.00
Peruna	1/20.... 35.00
Mont-Pelée.. . . .	1/20.... 35.00
Sir George.. . . .	1/20.... 55.00
Representative	1/20.... 45.00
Emporium.. . . .	1/20.... 55.00
Emporium	1/40.... 60.00
Our Clear Havana	1/20.... 55.00
La Pedida	1/20.... 60.00
El Corso.. . . .	1/20.... 70.00
La Pededa	1/10.... 90.00
Los Angeles	1/40.... 100.00

JOS. COTÉ

**Importateur et Marchand
de Tabac en Gros**

Maison Fondée en 1887

ARTICLES POUR FUMEURS



Cigares Importés,
Cigarettes Egyptiennes,
Pipes en Bruyère et
en Ecume de Mer,
montées sur Or et sur argent.

Entrepot : = = = = 119 Rue St-André

Bureau et Magasin : = = - - 188 Rue St-Paul

Succursale: = El Sergeant Cigar Store, 179 rue St-Joseph,

== QUEBEC. ==

PHONE 1272



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumé.

"LANCET."

MONTREAL

VOL. VI



SEPTEMBRE 1907

No 9

LIQUEURS ET TABACS

LIQUORS & TOBACCOS

Essayez le Nouveau Cigare

**FORTIER'S
CLEAR
HAVANA**

Fait des Meilleurs Tabacs de la Havane par des Cubains.

MANUFACTURE PAR

J. M. FORTIER, Limitée, MONTREAL.

MAISON
FONDÉE EN 1827

SCOTCH WHISKY DE ROBERTSON

LA MARQUE
LA PLUS ANCIENNE



SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

JOHN ROBERTSON & SON, Ltd., - Distillateurs à Dundee, Ecosse

BUREAUX AU CANADA:

MONTREAL, 41 rue des Communes
(Bureau Principal)
WINNIPEG, 315 Avenue William
VANCOUVER, coin des rues Richard et Hastings

SEULES AGENCES:

MOET ET CHANDON, Champagnes
J. H. DENIS MOUNIÉ, Cognac
D. GONI FEUERHEERD & Co., Sherries
D. MATT FEUERHEERD & Co., Vins de Port

Gerant Général: HENRY O. WOOTTEN

Gérant à Montréal: GEO. W. DOW

Secrétaire: JAMES SOUTAR

LIQUEURS

LIQUEURS ET TABACS—*Revue Mensuelle* publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2547, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance. France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit : **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.

Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, SEPTEMBRE 1907

No 9

Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal : : :

Incorporée en Juin 1884.

VICTOR LEMAY
Président.

L. A. LAPOINTE
Secrétaire.

DIRECTEURS :

H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARITEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES.
LAWRENCE A. WILSON
L. ETHIER, A. BLONDIN.

Prés. Hon.



JAS. MCCARREY
Vice-Prés.

VICTOR BOUGIE
Trésorier.

AVISEURS :

Maire H. A. ETERS,
M. MARTIN, M. P.
Ech. C. ROBILLARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE,
Ex-Maire
J. M. WILSON,
J. M. FORTIER,

Licensed Victuallers' Association of Montreal : : : :

Incorporated June, 1884.

Aviser Légal : M. J. L. PERRON,

Auditeurs : F. A. CHAGNON et DAN. DAIGNEAULT.

TELEPHONES :

{ Bell Main 4187,
Des Marchands 621

Bureau : 66 Rue St-Jacques.

AUX MEMBRES

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que, jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association pour l'année 1907, à savoir :

BRASSEURS — BREWERS

MM. Dawes & Co.
" Wm. Dow & Co.
" J. H. & R. Molson, Bros.
Canadian Breweries, Ltd.

Agents de Brasseries — Brewery Agents.

MM. J. W. Moffat, (Labatt's).
" F. Paquette.
" Geo. Sorgius.

Eaux MINÉRALES NATURELLES.

Radnor Water Co.

Mfrs d'Eaux Gazeuses — Aerated Water Mfrs.

MM. C. Robillard & Cie.
" T. E. Truesdell (Chs. Gurd & Co.)
" J. Christin & Cie.

VINS ET LIQUEURS—WINES & LIQUORS

MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited.
" F. X. St. Charles & Cie.

TO MEMBERS

Sirs,—I have the honor to inform you that up to date the following Business Firms and affiliated members are in good standing with the Association, for the year 1907, viz :

Extraits de Bœuf, etc.—Beef Extracts, etc.

MM. Bovril Limited—Fluid Beef.
" Colonial Fluid Beef.

COMPTABLES—ACCOUNTANTS

MM. Alex. Desmarteau.
" F. X. Bilodeau.

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

MM. Médéric Martin.
" W. R. Webster & Co. (Sherbrooke).
" L. O. Grothé & Cie.
" S. Davis & Sons.
" P. Chaput, (La Champagne).
" V. Forest.

MM. Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd.
 " F. Arpin & Cie, Marieville
 " Meagher Bros. & Co.
 " D. Masson & Cie.
 " J. M. Douglas & Co, (a'ts, John Dewar & Sons, Ltd.)
 " Boivin, Wilson & Cie.
 " Hudon, Hébert & Cie, Ltée.
 " Laporte, Martin & Cie, Ltée.
 " L. Chaput, Fils & Cie.
 " Wm. Farrell, Ltd.
 " N. Quintal & Fils.
 " Gillespies & Co., (Agt., E. W. Parker.)
 " H. O. Wootten, Mgr (J. Robertson & Son, Ltd.)

DISTILLATEUR — DISTILLER

M. H. Corby, Belleville, Ont.

EMBOUTEILLEUR—BOTTLER

M. John Bishop.
 " Thos. Kinsella.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction d'exiger le paiement des contributions de 1907 et des arrérages dûs à l'Association. En conséquence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés d'en faire parvenir le montant au Secrétaire aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,

Votre obéissant serviteur,

L. A. LAPOINTE,
Secrétaire.

DIVERS — MISCELLANEOUS

MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
 " Edouard Biron, Notaire Public.
 " Otto Zepf, Mch. de Bouchons.
 " Cousineau, Raymond & Hall, Agts. d'Imm.
 " A. P. Pigeon, Imprimeur.
 " Alfred Richard, Maître Boucher.
 " Thos. Burdett, Pompes à Bière, etc.
 " C. E. Thibault, Ent. Plombier.
 " E. Lafond, Fleuriste.

MARCHANDS — MERCHANTS

MM. Siméon Beaudin, Valleyfield.
 " H. H. Guay, Victoriaville.
 " J. O. Girard, Fraserville.
 " L. Bécigneul, Lac Mégantic.

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

FEES ARE NOW DUE

I have received instruction from the Board of directors to collect the fees of 1907 and arrears due to the Association. Consequently those who have not yet paid are requested to send in the amount to the Secretary, as soon as possible.

I have the honor to be, Sir,

Yours truly,

L. A. LAPOINTE,
Secretary.

LE CONTROLE DES LIQUEURS SPIRITUEUSES

A la suite du décès de plusieurs personnes qu'on supposait avoir été empoisonnées par l'ingestion de liqueurs adultérées, le Ministre du Département du Revenu de l'Intérieur avait donné ordre de prélever, en décembre et en janvier derniers, des échantillons de liqueurs spiritueuses dans les provinces de Saskatchewan et d'Alberta.

Les échantillons prélevés et analysés, 22 dans la Saskatchewan et 44 dans l'Alberta, ont été pris dans des bars publics, etc., et peuvent, dit l'analyste, être considérés comme représentant le whiskey généralement en usage dans les provinces où ils sont mis en vente.

Il ressort de l'analyse qu'aucun des échantillons examinés ne contenait ni drogue, ni substance vénéneuse d'aucune sorte.

On s'est particulièrement attaché à rechercher la présence de l'alcool méth.

que (alcool de bois) maintenant qu'on reconnaît la nocivité de cet alcool et l'analyse a démontré son absence complète dans les échantillons prélevés.

Quant à la force des liqueurs spiritueuses, comme il n'a pas été établi d'étalon au Canada, l'analyste prend pour base 75 pour cent de preuve, comme limite de réduction par l'eau, base adoptée dans l'Acte concernant les produits alimentaires en Grande-Bretagne. Sur cette base, le nombre des échantillons analysés doit être classé comme suit:

A 75 p.c. de preuve et au-dessus 47
 Au-dessous de 75 p.c. . . . 17

Dans la colonne des remarques du rapport, 7 échantillons sont classés comme naturels avec addition d'eau et les 57 autres comme naturels purement et simplement.

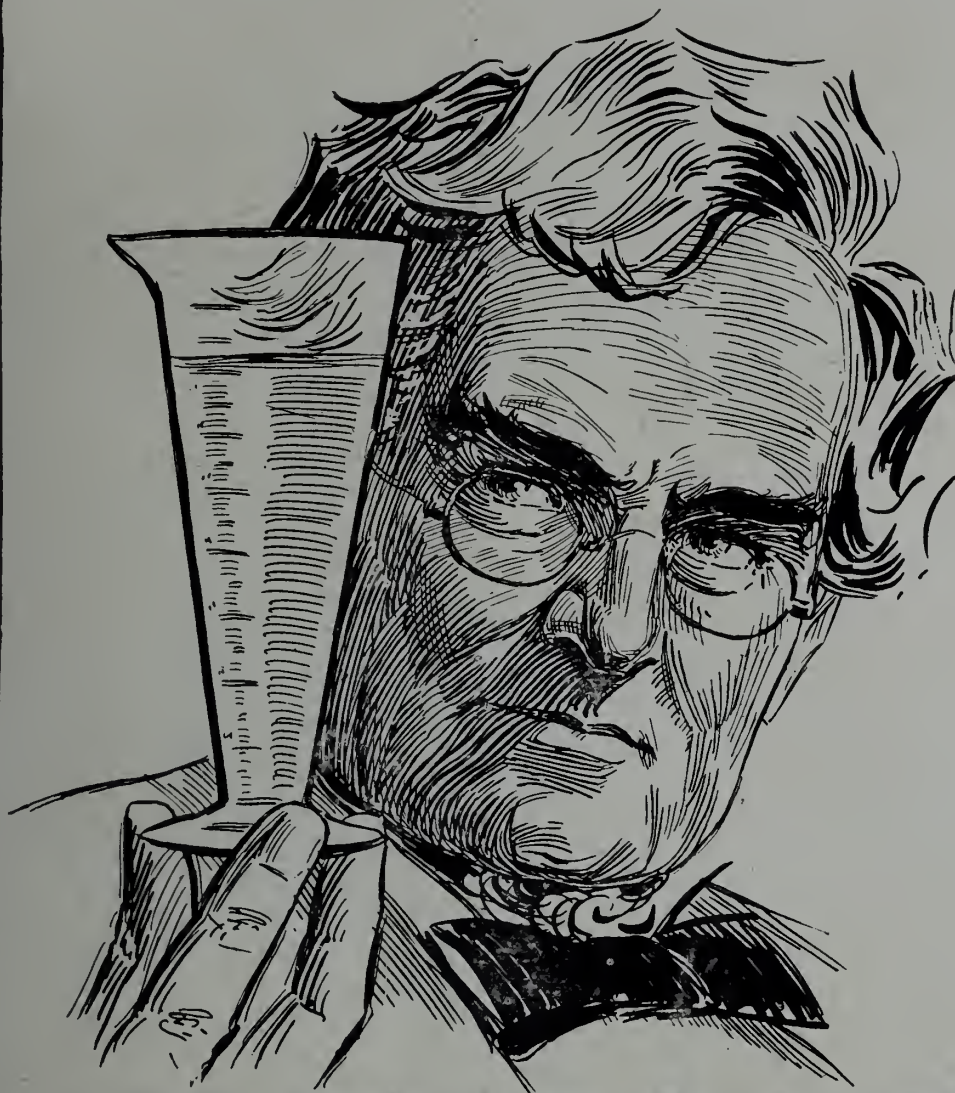
On ne peut que se réjouir de ces résultats quand on songe aux motifs qui ont déterminé le prélèvement des échantillons de liqueurs spiritueuses dans les deux provinces de l'ouest nommées plus haut.

LA SITUATION DES AFFAIRES

Il y a évidemment un grand malaise chez nos voisins. Ce malaise est-il simplement de surface et par conséquent éphémère ou bien a-t-il des racines profondes qui font présager une crise?

Cette question nous intéresse à un degré dont on ne peut nier l'importance. Quand un incendie se déclare chez le voisin, il est temps de prendre des mesures pour que le feu ne vienne pas attaquer sa propre maison.

Comme les Etats-Unis, le Canada a, depuis quelque dix ans, traversé une ère de prospérité qu'on pourrait sans exagération déclarer phénoménale. Nous avons en des récoltes abondantes; nos manufactures multipliées, agrandies, ont difficilement produit suffisamment pour répondre à la demande; le défrichement de terres jusqu'alors vierges, la construction de nouvelles lignes de chemins de fer ont donné du travail à tous les bras que n'employaient pas l'industrie et aux centaines de milliers d'émigrants que chaque année l'Europe nous envoie; notre



**DEWAR'S
WHISKY**

commerce a pour ainsi dire décuplé ; tous les produits se sont vendus à des prix jusqu'alors inusités et, par les profits accumulés, de nouveaux capitaux se sont formés.

Voilà évidemment une situation brillante, mais elle n'a rien d'exagéré et elle devrait persister.

La situation de nos voisins pendant le même espace de temps n'a pas été moins belle, si même elle ne l'a été davantage à certains égards. Mais voilà que, tout-à-coup, il naît des prophètes qui s'en vont prêchant que tout cela est trop beau et ne peut durer longtemps. Au milieu de leurs prophéties ou plutôt de leurs prédictions plus ou moins pessimistes on peut distinguer quelques conseils à méditer. Ces conseils portent surtout sur des fautes à éviter et nous les avons peut-être commises au Canada comme l'ont fait nos voisins.

Prêcher l'économie et la prudence est toujours de bonne prédication.

Nous ne sommes peut-être pas assez prudents. Souvent nous nous engageons trop avant dans nos entreprises; nous escomptons trop l'avenir. C'est, en affaires, un sentiment bien naturel que de vouloir progresser, mais en toutes choses il faut savoir borner ses appétits à ses moyens, à ses ressources.

Le commerçant et l'industriel Canadiens sont très entreprenants, comme le sont également leurs confrères des États-Unis, et on peut leur reprocher, comme on l'a fait à ces derniers, d'aller un peu trop vite pour leurs ressources. Le fait est que la question d'argent est une question ouverte ici comme chez nos voisins. Il n'y a pas dans le pays assez de capitaux pour faire face à la demande sans cesse croissante pour la satisfaction des besoins qui, cependant, dans des pays moins nouveaux, seraient absolument légitimes. Il ne faut pas perdre de vue que, chez nous, nous avons travaillé jusqu'à présent surtout avec des capitaux étrangers dont nous devons servir le loyer au dehors et que, par conséquent, nous devons user d'une grande économie si nous voulons produire des capitaux qui nous soient propres.

Economes, nous ne le sommes guère; nous dépensons trop sans compter. C'est dans les années prospères que nous devons amasser pour nos besoins des mauvais jours qui viendront sûrement. Par notre économie nous pouvons retarder l'arrivée de ces mauvais jours, comme par notre prudence nous pouvons empêcher les crises graves qu'amènent la surproduction dans l'industrie, les mauvaises récoltes, etc.

Mais jusqu'à présent rien ne permet de prévoir une crise prochaine ou même éloignée, surtout si nous pratiquons la prudence et l'économie.

On fait beaucoup de bruit chez nos voi-

sins des paroles de pessimisme tombées des lèvres de quelques gros financiers, de milliardaires. Le danger existe plutôt dans la publicité qu'on donne à leurs paroles qui sont plutôt des menaces. Le gouvernement américain, en poursuivant les trusts pour leurs méfaits, frappe au cœur ces magnats qui cherchent à se venger. Ils ne se refuseraient pas à provoquer au besoin une crise qui, dans leur esprit, devrait renverser le gouvernement qui s'acharne à mettre fin à des abus qui ont trop longtemps duré.

Pour nous, tant que nous aurons de bonnes récoltes; que nos produits de l'industrie laitière se vendront bien; que nos manufacturiers ne produiront pas au-delà des besoins; que nos commerçants resteront prudents dans leurs achats; que les travaux de grande entreprise et ceux du bâtiment ne chômeront pas, nous n'aurons pas à redouter de crise économique.

REHABILITATION DES BOISSONS ALCOOLIQUES

Causerie du Docteur

Un réel mouvement en faveur de la réhabilitation des boissons alcooliques se dessine. Nous souvenant des succès qu'obtenaient jadis nos Maîtres de l'emploi de celles-ci, il y a trente ou quarante ans, nous nous plaisons à rappeler l'usage qu'ils faisaient du vin et de l'eau-de-vie comme aliment ou agent thérapeutique. Nous étions persuadés du reste que l'ostéisme dont étaient frappés ces "produits naturels de la vigne" ne serait que momentané et que l'on reviendrait à une plus juste appréciation de leur utilité; utilité que nous nous empresserons de signaler, de démontrer, de prouver chaque fois que l'occasion s'en présentera.

Dans cette causerie je désire vous entretenir de l'action de l'eau-de-vie sur la fonction digestive. Un physiologiste hollandais, Pekelharing, et le docteur Carnot en France ont fait d'intéressants travaux sur l'action de l'alcool sur les glandes stomacales et je vous dirai, dans un prochain article, leurs expériences et leur résultat; mais je voudrais moi-même aujourd'hui vous décrire l'action de l'eau-de-vie sur les glandes salivaires, action que je n'ai vu traitée nulle part et que je considère comme "indéniable". Vous en jugerez:—Le tube digestif ne se compose pas que des glandes stomacales, en vérité. Les glandes salivaires et la salive qu'elles secrètent ont bien aussi leur importance au point de vue de la digestion. Et certains fakirs de l'Inde le savent bien, eux qui guérissent des dyspepsies restées rebelles à tous traitements, rien qu'en "excitant, après les repas", la sécrétion des glandes salivaires par la mastication de Betel ou autres substances hétéroclites plus ou moins répugnantes.

L'Américain Flechter n'a-t-il pas attaché son nom à ce procédé qui consiste à rendre parfaite, à exagérer même, l'insalivation des aliments: "la fléchétisation".

Enfin, le "nombre" et la "variété" des glandes salivaires; le fait que le "sens de l'odorat" se joigne au "sens du goût" pour faire sécréter la salive, démontrent bien que son rôle dans le travail de la digestion, rôle connu, est peut-être plus considérable qu'on ne le pense généralement.

Vous auriez donc vraiment tort de vous imaginer que la salive n'a été donnée à l'homme que pour lui permettre de déblatérer sur ses voisins.

Non! Non! la salive sert encore à autre chose.

Elle sert à faciliter la formation, le glissement du bol alimentaire, à commencer et entretenir le travail de la digestion. Donc, elle a un rôle mécanique et un rôle chimique, ou "digestif".

De fait, "instinctivement", à vos repas, ne cherchez-vous point à donner à vos glandes salivaires une légère excitation, si surtout on vient à vous servir un plat absolument insipide: le bol alimentaire se réunit mal sur le dos de la langue, vous avez une impression désagréable, vous faites une affreuse grimace ou une simple moue, selon le plus ou moins d'amabilité de votre caractère, mais ce qu'il y a encore de mieux à faire, croyez-moi, c'est d'ajouter tout simplement un condiment quelconque, ne fût-ce que du sel, parce que ce condiment, ce sel excitera les glandes: d'où l'afflux du liquide salivaire.

Mais tant mieux pour vous, si la "vue" du mets admirablement préparé et son "odeur" affriolante, excitant vos glandes, vous fait venir—comme on dit vulgairement—l'eau à la bouche. Certes, il n'avait pas étudié la physiologie du sens de l'odorat, ni celle des glandes salivaires, ce petit ramoneur qui, tous les matins, pour manger son pain, allait s'accroupir au soupirail de la cuisine d'un grand restaurant, mais il savait bien "instinctivement", puis par expérience, que la délicieuse odeur qui s'exhalait lui faisait venir—à lui aussi—l'eau à la bouche, ce qui lui rendait plus facile et moins amer son repas au pain sec. Ce que voyant, le restaurateur lui dit un jour: "Mais, petit malheureux, tu me voles; tu devrais me payer". Et alors, le petit Savoyard, montrant la menue monnaie qu'il possède et qu'il remet vivement dans sa poche, de répondre dans un sourire aux dents blanches: "C'est vrai, Monsieur, j'absorbe l'exquise odeur de vos mets, mais vous avez vu la couleur de mon argent, cela doit vous suffire, nous sommes quittes."

Ce petit ramoneur était un peu physiologiste, sans le savoir, et pas mauvais avocat.

Voilà donc bien établi le rôle mécanique de la salive; et aussi, ne l'oubliez pas, l'action des "sens" sur la "sécrétion sali-

JOHN HOPE & CO., MONTREAL.

Seuls Agents au Canada de :

MM. John de Kuyper & Son.....	ROTTERDAM.....	<i>Gin de Hollande</i>
“ Martell & Co.....	COGNAC.....	<i>Cognacs.</i>
“ Jules Robin & Co.....	“	<i>Cognacs.</i>
“ Cockburn, Smithes & Co.....	OPORTO.....	<i>Vins de Port.</i>
M. M. Misa.....	XERES DE LA FRONTERA...	<i>Sherries.</i>
“ S. Darthez.....	REUS (TARRAGONE).....	<i>Ports Tarragone.</i>
MM. Barton & Guestier.....	BORDEAUX.....	<i>Clarets, Sauternes et Huile d'Olive.</i>
“ Rodel & Fils Freres	“	<i>Sardines, Pois et Conserves.</i>
“ Deinhard & Co.....	COBLENZ.....	<i>Hocks et Moselles.</i>
“ C. Marey & Liger-Belair.....	NUITS.....	<i>Bourgognes.</i>
“ E. & J. Burke, Limited.....	DUBLIN & LIVERPOOL.....	<i>Guinness's Stout, Bass's Ale, Whiskies Irlandais et Rhum de la Jamaïque.</i>
“ C. G. Hibbert & Co.....	LONDRES	<i>Bass's Ale.</i>
“ Bulloch, Lade & Co., Limited.....	GLASGOW.....	<i>Whiskies Ecossais.</i>
“ Cantrell & Cochrane, Limited.....	BELFAST ET DUBLIN.....	<i>Ginger Alc, Club Soda, etc.</i>
“ Field, Son & Co.....	LONDRES.....	<i>Sloe Gin, Orange Bitters, Rhum de la Jamaïque.</i>
Booth & Co's. (LONDRES).....		<i>Old Tom et Dry Gin.</i>

vaire". Cette salive intervient pendant toute la durée du repas, et ce sont en partie les condiments habituels ou épices employés à la préparation des aliments qui devront favoriser la sécrétion salivaire.

Et l'eau-de-vie, me direz-vous? Oh! justement l'utilité de l'eau-de-vie, il n'en a pas encore été question. Mais un peu de patience... nous y arrivons.

Vous n'ignorez pas que, pendant la mastication, les aliments ont été mêlés intimement à la salive. Or, cette salive contient des "enzymes", c'est-à-dire des "ferments" d'une grande utilité, puisqu'ils sont chargés de rendre les matières sucrées assimilables, et assimilables aussi les féculents après de multiples transformations. Et si ce liquide salivaire n'a pas été sécrété en assez grande abondance, ou plutôt—et même mieux—si à la "fin du repas" vous faites "sécréter à nouveau" ces glandes salivaires, ce sera—vous le comprenez facilement—au bénéfice de la digestibilité des matières alimentaires qui toutes n'auraient pas été imprégnées ou suffisamment imprégnées et rendues assimilables pendant ce premier acte de la digestion.

Eh bien, voilà le moment où l'eau-de-vie "peut" et "doit" intervenir; c'est, en effet, à la "fin du repas" que l'eau-de-vie va jouer son utile et admirable rôle, sous la "forme du petit verre de cognac!"

Vous connaissez maintenant l'utilité de la salive dans l'accomplissement de cette intéressante et si importante fonction de la digestion. Vous savez l'action du "sens de la vue, de l'odorat, du goût" sur la sécrétion salivaire; vous devez saisir alors l'utilité, "après le repas", d'un excitant, d'un excitant agréable, d'un excitant en somme bien légitime, puisqu'il provoquera un afflux du liquide salivaire ou "digestif".

Où, cet excitant hygiénique, c'est le petit verre de cognac!

Et si la physiologie vous a prouvé son utilité, la physiologie vous enseigne également la "manière" d'absorber ce petit verre de cognac. D'ailleurs, observez le véritable amateur d'eau-de-vie; "instinctivement", il porte d'abord au niveau de ses yeux le gracieux petit verre, il étudie et admire la blonde couleur de l'eau-de-vie.—"Sens de la vue": sécrétion salivaire.

Puis, il tient ce petit verre dans une de ses mains fermée, afin d'élever la température de l'eau-de-vie; l'adorable bouquet se développe et se développera d'autant plus intense et d'autant plus "tenace" que l'eau-de-vie sera plus vieille et de cru supérieur. Alors lentement et à plusieurs reprises, il "hume" et analyse cette senteur unique et incomparable du cognac.—"Sens de l'odorat": sécrétion salivaire.

Enfin, encore lentement et à de longs intervalles, il prend de très-petites quan-

tités d'eau-de-vie qu'il promène sur sa langue et près des lèvres.—"Sens du goût": sécrétion abondante du liquide salivaire.

Eh bien, vous devez comprendre aussi comment un petit verre de cognac, ainsi pris, ramenant un tel afflux de liquide salivaire, constitue une liqueur "éminemment digestive" par les ferments qu'elle contient. Vous devez comprendre, dis-je, comment ce petit verre de cognac peut rétablir une digestion lente, pénible, douloureuse. Et vous saisissez bien que, "pris habituellement après le repas", il favorisera essentiellement la digestion". Voilà ce qu'il fallait démontrer—comme disent les mathématiciens.

Lecteurs, permettez-moi en terminant de vous donner un conseil: le soir, avec quelques bons amis, après votre dîner, prenez la plus vieille bouteille de votre plus vieux cognac et savourez lentement votre petit verre. "Humez-le", en vrai Charentais: vous constaterez l'exactitude, la justesse de nos observations. Usez donc du cognac "après votre repas" et vous posséderez alors tout ce que donne une bonne digestion: sensation de bien-être, sentiment de votre force, plénitude de votre esprit et de votre intelligence, bonne humeur, enfin. Donc, bonne santé.

Dr J. Grangé,

(Le Moniteur de Cognac).

LE VIN D'OPORTO

(Suite).

Comme l'économie politique était encore à son début, et que tous les écrivains sur le vin étaient des néophytes de cette science, le développement du district du Douro était cité comme preuve de l'inertie du Portugal. Il y avait là un district considérable, possédant le sol meuble et schisteux connu comme le plus favorable à la viticulture et situé sur une succession de coteaux des deux côtés de la rivière, offrant ainsi l'exposition la meilleure; cependant aucun essai n'avait été fait pour utiliser de tels avantages naturels extraordinaires. Heureusement pour eux, les Portugais furent plus sages que ceux qui les critiquaient. Les vignobles les plus rapprochés sont à une distance de cinquante milles de la rivière et ils s'étendent de trente à quarante milles à l'intérieur des terres, de sorte que la distance moyenne des ports d'exportation est d'environ 70 milles. Le coût du transport, par chariots attelés de boeufs dans ce pays montagneux et sur de mauvaises routes aurait dépassé la valeur du vin. La navigation sur le Douro est toujours sujette à être interrompue par des inondations, et la barre terrible qui existe à l'embouchure du fleuve, empêche quelquefois, même maintenant, des

vaisseaux d'entrer dans le port ou de le quitter, pendant plusieurs semaines. Avec de tels obstacles aux moyens de transport, qu'est-ce qui aurait pu pousser les Portugais à investir des capitaux très forts dans la culture de la vigne, étant donné surtout que les prix réalisés pour d'autres vins du pays couvraient à peine le prix le plus bas de production? En outre, il y a un temps opportun pour toute invention et toute découverte. Le vin d'Oporto entra en scène exactement au moment psychologique où le peuple anglais était préparé à lui faire bon accueil. L'arrêt mis aux exportations de France laissa le champ ouvert au vin d'Oporto.

De temps immémorial, un petit nombre de vignobles florissaient sur les rives du Douro. Chaque établissement ecclésiastique cultivait sa vigne et faisait son propre vin; dans la plupart des fermes, il y avait des vignes, mais tout leur produit était réservé pour l'usage du ménage. Il arrivait toutefois qu'une certaine portion était échangée avec des voisins pour d'autres commodités. Il est douteux que de la vigne ait été plantée dans cette région dans un but commercial avant l'année 1670. Un demi-siècle avant cette époque, les coteaux étaient couverts de vigne et d'oliviers. On ne possède aucun document indiquant comment la grande transformation s'est effectuée ou à qui le monde est redevable de l'entreprise. Comme on ne peut pas obtenir de faits authentiques, on peut se servir de la tradition orale pour combler la lacune. Avant le développement du système des chemins de fer, un des types les plus curieux en Portugal était "l'arriero". Dans le sud de l'Irlande, le conducteur d'une charrette irlandaise lui ressemblait par l'esprit joyeux et la bonne humeur. Toutefois, ces deux genres de types se ressemblaient de loin, car "l'arriero" semblait insensible à la fatigue et à la chaleur et, après un long voyage, il gravissait une colline escarpée à grands pas, comme s'il le faisait à plaisir. Son répertoire de chansons et d'histoires était plus divers que choisi et de temps à autre, il envoyait à ses mules les jurons les plus grossiers, tandis que son visage n'exprimait que de la bonne humeur. Il réservait l'histoire suivante pour les clients anglais, croyant plaire à leur patriotisme et il faisait toujours précéder cette histoire de l'assurance qu'elle avait été transmise de père en fils, pendant plusieurs générations; voici cette histoire:

"En l'an 1670, deux jeunes Anglais, rejets de marchands de vin anciennement établis, partirent de Liverpool pour Viana do Castelo, en quête de choses qui auraient pu être utiles à leurs affaires. Ils se livrèrent à des sports sur les collines, sur les fleuves et sur la mer, mais, n'ayant pas appris le portugais, ils fi-

POUDRE
"STICK-FAST"
POUR COLLE

Pour tous les usages auxquels on emploie la Colle de Pâte, il convient d'ajouter la

Poudre "STICK-FAST"

Elle aide non seulement à conserver la Colle de Pâte pendant quelques jours, mais encore et surtout elle lui donne une adhérence incomparable.

On peut avec toute Colle de Pâte additionnée de Poudre "STICK-FAST" coller des étiquettes sur fer-blanc poli, ce qu'on ne peut faire avec la Colle de Pâte ordinaire.

PREPARATION ET EMPLOI FACILES

FREYSENG CORK COMPANY, Limited
 651-661 RUE ST-PAUL - MONTREAL

BISQUIT
"Old Liqueur"

(20 ANS D'AGE)

— ET —

"Une Etoile"
BRANDY DE PUR RAISIN

Méfiez-vous des Substitutions.

Exportés par

Bisquit, Dubouché & Co.,

JARNAC — COGNAC

ETABLIS EN 1819.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

WALTER R. WONHAM & SONS,

MONTREAL:



M. L. A. LAPOINTE

Vice-président de l'Association des Municipalités Canadiennes

rent peu de progrès au sujet du but primitif de leur voyage. Ils engagèrent un "arriero" qui connaissait le pays et pouvait leur procurer ce qui leur fallait en route, et achetèrent trois fortes mules de selle. N'étant pas pressés, ils choisirent la route qui passe par la belle vallée Val do Gerez, allant à Chaves. De là, ils se dirigèrent vers le sud, par Villa Réal, sur le Corgo, ancienne cité perchée sur une éminence et entourée de murs massifs. De Villa Réal ils traversèrent le district de Regoa, passèrent le Douro avec leurs mules, dans un bac, et gravirent la colline de Lamego, où ils furent reçus d'une manière gracieuse par les moines. Les explorateurs trouvèrent le vin du monastère supérieur à tout ce qu'ils avaient bu dans le pays et comme ils demandaient où ils pourraient s'en procurer en quantités, les bons Pères leur indiquèrent une grande ferme située à environ deux jours de marche, en remontant la rivière. Les Anglais furent très bien reçus partout et eurent à boire du vin en quantité, mais ils ne purent en acheter avant d'avoir atteint leur destination. La ferme qui leur avait été indiquée était située dans une vallée entourée de montagnes à une lieue environ de l'endroit où se trouve maintenant Pinhao. Le fermier les reçut avec toutes sortes de marques de distinction et tout son personnel, hommes et femmes, mais particulièrement ces dernières, considéraient avec une admiration non déguisée les formes athlétiques et le beau teint de leurs visiteurs trop attractifs. Le "baccalhao" raviva le feu et servit, avec de l'ail et de l'huile, un porc rôti tout entier, et les convives firent honneur au repas. Le vin ne fut pas non plus négligé, car les Anglais étanchèrent leur soif avec de pleines rasades de vin; ils le déclarèrent meilleur et plus généreux que les crus les plus choisis de Bourgogne. Leur hôte, enchanté de leur enthousiasme, tomba immédiatement dans leur plan. Il leur vendit tout ce qui lui restait de son ancien vin. Il les aida aussi à se procurer des quantités de vin supplémentaires, dans les fermes du voisinage et les villageois furent surpris des quantités étonnantes de mules portant des outres de vin au dépôt improvisé. Quand tout ce qui était disponible dans le district eut été réuni, les Anglais le firent transporter par le Douro, à Villa Nova de Gaya où ils furent mis dans des réservoirs et renforcé avec un peu d'alcool. L'exportation de ce vin commença en 1678 et comme la qualité plut au public, ce vin se vendit grandement à des prix rémunérateurs. Dans cette première année, 408 pipes furent placées sur le marché anglais, quantité qui fut plus que doublée l'année suivante. Nous ne pouvons pas certifier l'exactitude de l'histoire de notre informateur, mais "Se non é vero, é ben trovato."

A la dernière convention des représentants de l'Association des Municipalités Canadiennes, l'échevin L. A. Lapointe de Montréal, a été élu vice-président pour le prochain exercice.

C'est un honneur pour Montréal d'avoir un de ses représentants comme vice-président en même temps qu'un honneur pour l'élu.

L'échevin L. A. Lapointe est un homme actif, énergique, combatif et parfaitement

Il a fait, d'ailleurs, voter une résolution dans ce sens à la dernière convention des municipalités canadiennes.

On se rappelle, au reste, que dans sa campagne contre les taux du service des téléphones, M. L. A. Lapointe a réussi à porter la question à Ottawa et qu'il a pris une part active au nom de la municipalité de Montréal dans l'enquête qui a eu lieu ici même à ce sujet.

M. L. A. Lapointe est un partisan et un avocat de l'enfouissement des fils électriques sous terre et les citoyens de Montréal peuvent être certains qu'il ne laissera pas tomber cette question tant qu'elle n'aura pas reçu la solution indispensable.



M. L. A. Lapointe

rompu aux questions municipales. Elu en 1900 pour la première fois, par acclamation, il a toujours été réélu depuis sur son concurrent. Très populaire dans le quartier qu'il représente, il est très écouté à l'Hôtel de Ville où, depuis 1902, il fait partie de la commission des finances.

Il s'est fait remarquer notamment par sa lutte contre les trusts et les monopoles. Il voudrait que toutes les questions de services d'utilité publique tels que ceux des téléphones, du gaz et de l'eau soient soumises à une commission spéciale, comme les questions concernant les chemins de fer, par exemple, sont soumises à la Commission des Chemins de fer

Nous nous souvenons qu'il y a deux ans environ, avec le concours de feu l'échevin Carter, M. L. A. Lapointe avait présenté une proposition de réduction de la taxe de l'eau, il réussit jusqu'en deuxième lecture. Mais à la troisième lecture la question fut enterrée. Chose étrange, la proposition semble revenir aujourd'hui sur l'eau, ressuscitée précisément par celui-là même qui fit enterrer le projet. Nous connaissons assez M. L. A. Lapointe pour savoir qu'il ne tiendra pas rancune à celui qui reprendra pour son propre compte la proposition antérieurement faite par lui et qu'au contraire il l'aidera de tout son pouvoir à la faire adopter par ses collègues au Conseil.



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.

“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR
HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.
WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS :
LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS : WALTER R. WONHAM & SONS
6 RUE ST-SACRAMENT, MONTREAL.

Pour finir, nous dirons qu'on désigne M. L. A. Lapointe comme le futur président du comité des Finances.

LES PERSPECTIVES DU VENDEUR

Par Fred. Bradford Ellsworth

La grande majorité des hommes qui ont embrassé la carrière de vendeur et qui y ont réussi, ont invariablement débuté au bas de l'échelle. Beaucoup d'entre eux ont acquis de l'expérience à l'intérieur du magasin ou ont commencé par des positions de moindre importance. Toutefois la salle de stock est le meilleur endroit pour acquérir des connaissances. Ces hommes faisant preuve d'énergie et de capacités ont été envoyés au dehors et ont eu vite fait de démontrer leur valeur comme vendeurs. D'autres avaient une aptitude naturelle pour ce genre de travail. Ils étaient doués d'une bonne prestance, parlaient agréablement et, étant observateurs attentifs, avaient l'habileté de gagner la confiance, ce qui est le principal facteur pour réussir dans le métier de vendeur. Les vendeurs de cette catégorie, comme les hommes de génie, souvent naissent tels, mais ne se forment pas.

Quand un vendeur a été à l'emploi d'une maison de commerce pendant peu de temps, il n'a pu que faire connaissance avec la clientèle résidant dans le territoire qu'il doit couvrir. Il se familiarise avec les personnes avec lesquelles il aura des transactions à faire. Leur disposition d'esprit, leurs caprices deviennent pour lui un livre ouvert. C'est là que se fait voir la science du vendeur; il déploie sa connaissance de la nature humaine, et, un homme expérimenté avouera franchement que chaque jour il ajoute quelque chose de nouveau à l'ensemble des connaissances qu'il a déjà acquises. Après avoir consacré un certain nombre d'années à un travail consciencieux et pénible, sa position est généralement assurée et il devient indispensable à la maison qu'il représente. Ses relations commerciales valent des milliers de dollars pour elle, et une maison de commerce progressive, non imbuée d'idées arriérées, reconnaît cette valeur. Elle sait que les transactions par correspondance sont une chose du passé. Si vous avez quelque chose à vendre, allez voir ceux qui peuvent acheter votre marchandise et parlez-leur. Le vendeur sait fort bien qu'avant qu'il soit longtemps il sera presque dans l'impossibilité de travailler.

Quelles sont alors ses perspectives d'avenir?

Quand je parle d'incapacité de travail, cela peut sembler étrange à beaucoup de vendeurs, et certains d'entre eux peuvent faire exception à la règle. Dix ou quinze années de voyages ne rajeunissent pas un homme.

Un vendeur qui a représenté avec succès sa maison et a consacré les meilleures années de sa vie à cette profession n'est-il pas justifié d'espérer une compensation autre que le simple salaire qu'il gagne? N'a-t-il pas droit à être intéressé aux affaires de la maison qu'il représente? Doit-il considérer comme chose convenue que ses services ont été suffisamment rémunérés et que c'est tout ce à quoi il peut s'attendre? J'ai discuté cette question avec un grand nombre des meilleurs hommes d'affaires et non seulement avec les maisons qui emploient des commis voyageurs, mais avec des voyageurs. C'est un sujet auquel tous sont d'accord à donner une importance vitale.

Les maisons à l'esprit large et libéral croient qu'un vendeur représente la force motrice d'un commerce et que leur succès est dû en grande partie à ses efforts. Beaucoup de patrons se rendent compte qu'un vendeur qui est resté dans leur maison un certain nombre d'années, a créé entre eux et lui des relations autres que celles qui existent ordinairement entre employeur et employé. Ils sentent qu'il est un des leurs. Dans les circonstances actuelles, beaucoup de maisons intéressent leurs vendeurs à leur commerce.

Non seulement elles leur donnent un intérêt, mais elles augmentent chaque année leur part d'actions ou, dans certains cas, leur vendent leur fonds. Elles leur donnent même un pourcentage des profits nets. Une telle manière de faire est sage, juste et dénote un jugement sain en affaires. Ces maisons améliorent ainsi la situation financière du vendeur et créent entre elles et lui un lien plus étroit. Elles agissent ainsi pour des raisons commerciales et aussi parce qu'elles ont à cœur l'intérêt du vendeur et lui veulent du bien.

Je connais beaucoup de vendeurs qui ont des intérêts sérieux dans les affaires des maisons qu'ils représentent et qui sont réellement indépendants. Leurs patrons les ont appréciés et se sont parfaitement rendu compte de la part qu'ils ont prise à l'édification de leur commerce et à leur succès.

Ces patrons ont reconnu le fait que, tôt ou tard, leur propre utilité commerciale serait terminée, qu'ils ne pourraient plus assumer la responsabilité inhérente à la direction d'une maison de commerce. Ils se sont sentis satisfaits que des hommes qui avaient fait leur position chez eux et en qui ils pouvaient avoir toute confiance, prissent cette responsabilité à leur place. Un jour qu'un vendeur demandait à ses patrons s'ils avaient l'intention de l'intéresser aux affaires, j'entendis un des membres de cette maison de commerce dire que son associé fait une injustice à sa famille en accordant au voyageur ce qu'il demandait.

C'était la chose la plus absurde et la moins rationnelle qu'on pût dire. Si cette déclaration avait quelque poids, des milliers d'hommes qui vivent aujourd'hui dans l'abondance et le luxe seraient réduits à un salaire; beaucoup de maisons de commerce n'auraient jamais existé.

Une des plus grandes erreurs faites par beaucoup de maisons est de ne pas reconnaître le travail fait par leurs vendeurs. Une lettre aimable écrite de temps à autre ne fait de mal à personne. Traitez bien vos vendeurs dès le début. Quand un vendeur se trouve obligé de demander une augmentation de salaire à laquelle il a droit, cela indique une pauvre direction des affaires et c'est une humiliation pour le vendeur. Si un vendeur est forcé de dire qu'il se verra obligé d'abandonner sa position, à moins qu'on ne lui accorde une augmentation de salaire ou qu'on ne l'intéresse aux affaires, ce fait ne parle pas en faveur de la maison qui prétend faire bonne figure dans le monde commercial. Un vendeur mal rétribué est généralement un mauvais vendeur, un homme dispendieux. C'est une économie en fin de compte que de bien rétribuer les services d'un vendeur. Une dépense de quelques centaines ou quelques milliers de dollars ne doit pas être une considération quand il s'agit d'engager un bon vendeur.

Une question vitale se pose quand il s'agit d'intéresser un vendeur aux affaires: Quelle influence cela aura-t-il sur les affaires? Il y a des hommes avares qui hésitent dans la crainte de ne pas avoir sous leur contrôle tout leur commerce. Cela indique leur manque de confiance en leurs associés. Quand un homme est agité de tels sentiments, il serait de son intérêt et de celui de la maison dont il fait partie d'abandonner les affaires.

Qu'il y ait peu ou beaucoup de vendeurs employés, cela ne fait pas la moindre différence. On peut leur donner une part des affaires et la maison peut se réserver le droit de la racheter au cas où les vendeurs désirent se séparer d'elle, ce qui est douteux. La maison peut, si elle juge à propos, se réserver le droit de vote dans ce cas. De telles méthodes sont rarement employées. L'harmonie et l'équilibre des intérêts sont les points les plus importants pour faire réussir un commerce, et des relations commerciales agréables ne peuvent exister que là où il y a une inclination des deux côtés à maintenir un bon accord.

La maison L. Chaput, Fils et Cie nous avise que jusqu'à nouvel ordre une demi-douzaine de jeux de cartes sera donnée à tout acheteur d'une caisse de cognac Boulestin.

Ces jeux de cartes sont de fabrication anglaise et valent plus de \$2 la douzaine.

MADE IN CANADA



POUR LA PREPARATION DE BOISSONS
RAFRAICHISSANTES, LIQUEURS DISTIL-
LÉES AU CANADA, D'APRÈS LES MEIL-
LEURES FORMULES ET AVEC LES
MEILLEURS GRAINS. LEUR AGE LEUR
DONNE UN BOUQUET QUE N'ONT PAS
LES LIQUEURS IMPORTEES.

Club Old Tom Gin

ET

Colonial London Dry

MADE IN CANADA



SONT INSURPASSABLES DANS LA PRE-
PARATION D'UN COCKTAIL OU D'UN
JOHN COLLINS. PRIX et ECHANTILLONS
GRATUITS FOURNIS SUR DEMANDE.

BOIVIN, WILSON & CIE, Distillateurs et
Importateurs,

520, Rue St-Paul, Montreal.

LA PUBLICITE QUI CONVIENT

Les raisons alléguées dans certaines localités pour les annonces mal faites sont aussi singulières qu'intéressantes. Un marchand donne comme excuse que le public de sa communauté n'est pas très intelligent et ne comprendrait pas une bonne annonce; il faut donc que le langage employé soit à sa portée. Nous croyons que les termes employés dans une annonce devraient consister en mots simples facilement compris par toutes les classes de la population; mais ce n'est pas ce qu'on entend par "langage à la portée de l'intelligence des lecteurs", s'il faut en juger par les termes employés dans l'annonce en question, dit un confrère, car beaucoup des mots qui y sont employés ne peuvent pas être prononcés par les personnes d'une haute intelligence, et, quand on les prononce, ils n'ont aucune signification. Il est très difficile à un rédacteur d'annonces de faire croire à des gens intelligents que c'est le peu d'intelligence du public de sa localité qui est cause du langage précieux et emphatique employé dans ses articles de publicité.

Quel profit peut rapporter à quelqu'un la réputation de faire des annonces grandes, superbes, si ces annonces ne contiennent rien qui offre un intérêt spécial aux lecteurs? Ne vaut-il pas mieux choisir des articles représentant quelque chose et les montrer d'une manière claire au lecteur, de sorte que celui-ci puisse saisir d'un coup d'œil ses points saillants? Une petite annonce accompagnée d'une gravure appropriée produira une impression plus forte sur l'esprit que des annonces grandes, flamboyantes et au style boursofflé, si communes pour certains commerçants.

On a souvent dit que la brièveté est l'essence même de l'esprit, mais dans une annonce, la brièveté est cela même qui attire. Nous sommes à une époque d'affaires où chaque homme et chaque femme désire mettre le temps le plus à profit. On aime des déclarations courtes, concises, qui arrivent au but immédiatement. S'il faut une longue lecture pour obtenir des renseignements au sujet de choses ordinaires, cette lecture devient fatigante et manque d'attrait. Employer assez d'espace pour faire parade devant le public de ce que chaque commerçant a dans son magasin, n'est ni économique pour l'annonceur, ni intéressant pour le lecteur.

Pour quelque raison, beaucoup de personnes en sont venues à la conclusion que ces grandes annonces sont surtout faites au sujet des articles les plus médiocres d'un magasin, et quand elles se rendent dans ce magasin, elles ne trouvent qu'un petit nombre de ces articles valant le prix qui leur est assigné, et si

elles veulent avoir quelque chose de bon, elles doivent le payer un bon prix.

Comment cette idée s'est-elle logée dans la tête de beaucoup de personnes, nous ne le savons pas; mais cette idée existe comme une sorte de superstition et il est impossible de la déloger. Il y a à cela quelque bonne raison et, pour changer l'esprit du public, il faudrait employer quelque traitement héroïque.

Un moyen d'arriver à ce but consiste à employer des annonces courtes, où sont présentées les meilleures marchandises qui existent dans le magasin, de la manière la plus claire possible. Si l'appât offert ainsi au public n'est pas aussi fort que celui présenté par une longue liste d'articles médiocres, ayant fait un trop long stage dans le magasin, il contribuera davantage à établir la bonne réputation du détaillant et à le représenter comme honnête et sincère. Il est beaucoup plus facile de passer d'un bon article à un article de qualité inférieure que de faire l'inverse. Il peut arriver souvent qu'un client ne désire ni la plus basse ni la plus haute qualité, mais se contente d'un article tenant le milieu pour la qualité et le prix. Il est donc de mauvaise politique de s'en tenir dans les annonces uniquement aux qualités inférieures, car cela crée l'impression que tout dans le magasin est vendu à bas prix. Une annonce n'est jamais bonne que si l'article annoncé est bon. Le temps n'est plus où on faisait passer pour bon un article inférieur au moyen de phrases pompeuses dans des articles de publicité.

Le public aujourd'hui demande quelque chose de substantiel, quelque chose qui vaille le prix qui en est demandé. Il ne se laisse pas décevoir par l'appât du bon marché; il sait que les marchandises aux prix les plus bas sont aussi les plus chères qu'il puisse acheter et il agit en conséquence. Il n'est pas impossible pour un marchand d'insister également sur tout ce qu'il a en magasin; mais les lignes doivent être classifiées de telle sorte que quelques articles dans chaque ligne puissent être montrés comme type de la ligne entière. Les annonces courtes sont particulièrement utiles pour présenter un seul article ou un petit nombre d'articles de manière à faire ressortir la ligne que ces articles servent à représenter.

Pour faire connaître cette ligne, il est inutile d'annoncer chaque article qui en fait partie; il suffit d'en présenter un ou deux qui peuvent être choisis comme modèles types de la ligne entière.

MM. L. Chaput, Fils et Cie prennent actuellement les commandes d'importation en vins, liqueurs, eaux minérales, etc.

Ces messieurs se feront un plaisir de répondre à toutes demandes de renseignements ou d'échantillons.

LA FABRICATION DU CIDRE

Le jus fermenté de la pomme a été, de temps immémorial, un des plus renommés parmi les breuvages doux qui excitent à la gaieté. Le mot cidre vient, dit-on, du mot hébreu "sichur," ce qui indique que les fils de Noé ne connaissaient pas cette boisson. Les Grecs et les Romains étaient grands amateurs de cidre et, dans l'histoire plus moderne, on peut trouver de nombreuses allusions à cette boisson et aux diverses manières de la maintenir douce. La France est le grand pays consommateur de cidre. Certaines sections de l'Angleterre sont renommées pour l'excellence de leur cidre.

L'ancienne méthode de fabrication du cidre consistait à écraser les pommes dans une auge en pierre; la pulpe ainsi obtenue était mise dans un tamis en crin et soumise à une pression. Cette méthode laborieuse a subi diverses phases de transformation, pour aboutir aujourd'hui à la presse hydraulique moderne, capable de produire des centaines de barils de cidre par jour. Chose plus importante au point de vue commercial, ces presses extraient de la pomme presque tout son jus, tandis qu'avec toutes les autres méthodes anciennement employées, on n'obtenait pas plus de 50 pour cent du jus.

Un pressoir à cidre en opération a toujours produit une fascination étrange pour les enfants. Une visite à un de ces pressoirs est un événement de la vie des enfants dont beaucoup se souviennent très bien — le vieux cheval blanc attelé au manège et obligé de tourner en cercle une bonne partie de la journée pour la production de dix ou douze tonneaux de cidre. Comme accessoire de la presse hydraulique moderne, on voit la machine à vapeur ou à gazoline, fournissant la force nécessaire pour écraser les pommes, soulever la presse, et pomper le cidre dans de grands récipients, d'où on peut le soutirer dans des barils au moyen de siphons. La méthode la plus nouvelle consiste à faire passer le marc de pommes deux ou trois fois dans le pressoir. Ces derniers pressurages ne donnent pas un jus aussi bon que celui du premier; on l'emploie généralement à la fabrication du vinaigre.

Une chose essentielle au bon cidre est la propreté. Les fûts et tous les ustensiles employés à la fabrication du cidre doivent être frais, d'une propreté méticuleuse et stérilisés par le soufre. On peut se procurer des mèches soufrées faites spécialement pour cela, mais quelques pincées de soufre en poudre ou de soufre en morceaux, placées sur une pelle très chaude, la bonde du fût au-dessus, serviront tout aussi bien.

Le ferment naturel du jus de pomme est une levure qui se développe le mieux

Brandy

“ 3 ETOILES ”

de Hennessy

Votre Stock de Brandy est incomplet sans le Brandy

“ 3 ETOILES ” de Hennessy.

C'est un favori universel dans les familles, les clubs, les hôtels et les cafés.

Renommé pour son arôme, et son bouquet. Garanti âgé de plus de 12 ans.

Esprit de Haut Degré et Alcool Standard

E. W. PARKER, - Montreal.

Un Alcool Neutre et Incolore, convenant à tous les usages. Garanti par le Gouvernement Canadien avoir mûri en Entrepot pendant deux ans.

GILLESPIES & CO., Agents Vendeurs, Montréal.

à une température inférieure à celle où se développe le ferment du vin. La meilleure température pour la fermentation du jus de pomme est entre 68 et 78 degrés F. Plus on se rapproche de 58 degrés, meilleur est le cidre, et la température ne devrait jamais dépasser 80 degrés, car à cette chaleur, les cellules de levure commencent à dépérir. A 70 degrés, la fermentation du cidre est terminée en vingt-cinq jours environ. Comme beaucoup de personnes aiment le cidre doux, on arrête la fermentation avant que tout le sucre ne soit épuisé. Pour arrêter la fermentation, le jus doit être refroidi rapidement au-dessus de 50 degrés. Le refroidissement paralyse la levure, qui tombe bientôt au fond du fût.

Pour clarifier le cidre, on se sert d'argile ou de tannin, préférablement de cette dernière substance. Si on emploie de l'argile, trois onces suffisent pour cinquante gallons. Mélangez l'argile avec une pinte de cidre et versez lentement dans le fût. Agitez ensuite vigoureusement, ou bouchez la bonde et agitez le fût un moment pour répartir parfaitement la matière clarifiante. Avec le tannin, il en faut une demi-once pour cinquante gallons. Dissolvez le tannin dans un quart de pinte de brandy, versez dans le fût et agitez comme précédemment. Laissez reposer pendant deux semaines et soutirez. Le cidre est maintenant propre à la consommation. Si le cidre doit être embouteillé, il faut le laisser reposer encore deux semaines et le soutirer de nouveau. Le cidre doit être conservé dans un endroit sec, sombre, aussi frais que possible. Le cidre bien fait et conservé dans ces conditions en fûts ou en bouteilles, restera doux pendant plus d'un an, si les récipients sont toujours secs. Beaucoup de personnes préfèrent le cidre non fermenté; mais ce genre de cidre ne se conserve que grâce à l'emploi d'antiseptiques. Les produits chimiques de préservation sont tous nuisibles à l'appareil digestif. Le cidre de pommes ne peut pas être pasteurisé sans conserver un goût de cuit désagréable.

Le principal ennemi du cidre est le ferment du vinaigre — le mycoderma aceti. Ce germe n'attaque le cidre que lorsque la fermentation alcoolique a cessé. Il ne se développe pas au-dessous de 50 degrés, d'où l'importance extrême qu'il y a à garder le cidre au-dessous de cette température. Quand la température critique doit être dépassée, le meilleur moyen d'empêcher la fermentation consiste à ajouter au contenu du fût, chaque mois ou tous les deux mois, une demi-livre du meilleur sucre blanc dissout dans un demi-gallon de cidre et versé lentement en agitant ensuite pour le répartir dans tout le liquide. Le sucre entretient une légère fermentation alcoolique qui, à son tour, empêche la fermentation acétique

de se produire. Quand le cidre est tiré du tonneau pour la consommation, il faut que le liquide restant dans le fût en partie vide soit à l'abri du contact de l'air; pour cela on verse à la surface du cidre une pinte d'huile sans saveur, telle que de l'huile d'olive ou de l'huile d'arachide (peanut). L'huile forme une pellicule à la surface du cidre et empêche l'accès de ferments acétiques et putréfiant toujours en suspens dans l'air.

M. Otto Zepf, Montréal, directeur-gérant de la Freyseng Cork Co., Limited, rapporte que, grâce à l'augmentation continue des affaires à la maison de Montréal aussi bien qu'à la maison de Toronto, cette Compagnie est obligée d'augmenter sa capacité de travail; en conséquence elle ajoute une nouvelle aile à sa manufacture déjà vaste de Toronto. Cette nouvelle aile aura 45 pieds de façade par 120 pieds de profondeur et sera élevée de quatre étages.

La Freyseng Cork Co., Limited, a l'intention également de porter à quatre étages la hauteur actuelle de sa manufacture de Toronto, en ajoutant un étage de plus à la bâtisse actuelle. En dehors du nouvel agrandissement fait à la manufacture de Toronto, la Freyseng Cork Co., Limited aura des magasins pour la matière première (liège) qui sera placée dans des hangars en brique à deux étages, spécialement faits dans ce but et couvrant un espace d'environ 6,000 pieds carrés. Ces nouveaux agrandissements augmenteront matériellement les facilités de travail de la Freyseng Cork Co., Limited, à Toronto et Montréal; ces nouveaux agrandissements étaient absolument nécessaires à cause de l'augmentation continue des affaires des deux maisons, à tel point que pendant la saison actuelle, les deux maisons ont été obligées de travailler continuellement en faisant du temps supplémentaire, et malgré cela, elles sont très en retard dans l'exécution de leurs commandes, qu'il a été absolument impossible d'exécuter aussi vite qu'on le désirait. Néanmoins, la Freyseng Cork Co., Limited, s'est toujours arrangée pour envoyer un stock suffisant à ses clients, de manière à leur permettre de faire marcher leurs affaires, arrivant ainsi, sans aucun doute, à résoudre la difficulté causée par l'immense quantité d'affaires données aux deux maisons.

MM. John Robertson & Son, Ltd., sont très satisfaits de la façon dont s'écoule le Champagne Moët et Chandon.

Le chiffre des ventes dépasse de beaucoup leurs prévisions.

Pour ceux qui connaissent la qualité du Moët et Chandon et l'activité des représentants de MM. John Robertson & Son, Ltd., au Canada, ce résultat n'a rien de surprenant.

La maison V. Fournier et Cie, de Cognac, met actuellement sur le marché une nouvelle liqueur absolument unique dans son genre, la "Brandimintine".

La Brandimintine est à base de vieille fine Champagne et de crème de menthe. C'est une liqueur à la fois digestive et rafraîchissante qui ne manquera pas de conquérir en Canada une popularité semblable à celle qu'elle est en train d'acquiescer actuellement en Europe.

La maison V. Fournier est représentée par MM. L. Chaput, Fils et Cie.

LA BONNE ENTENTE ENTRE ACHETEUR ET VENDEUR

Il n'y a pas d'erreur faite plus communément par le marchand que celle qui consiste à avoir simplement des relations d'affaires avec le manufacturier plutôt que de le traiter comme un ami. Plus leurs relations sont amicales et intimes, mieux cela vaut pour le commerce de l'un et de l'autre, ainsi que pour le confort et le plaisir du client. Le premier devoir d'un marchand détaillant est de satisfaire le goût de ses clients. Le premier devoir d'un manufacturier est de plaire à ses clients qui sont les détaillants et les marchands en gros.

Un client n'a aucune hésitation à dire exactement au marchand ce qu'il désire, en spécifiant prix, grandeur, qualité et apparence. Le marchand prospère écoute avec attention et fait de son mieux pour fournir exactement ce qui lui est demandé. Le détaillant devrait agir vis-à-vis du manufacturier de la même façon que le client agit vis-à-vis de lui-même, en lui disant exactement ce que sa clientèle désire et en lui indiquant les défauts qui semblent exister dans ses marchandises. Un manufacturier avisé prend note de tout ce qui est dit et, quand il peut faire économiquement un changement pour se conformer aux désirs du marchand, il est trop heureux de le faire.

Les plaintes des clients sont rarement explicites. Le marchand qui a une connaissance plus exacte des marchandises fait une plainte plus définie, mais a rarement les connaissances techniques qui pourraient donner de la valeur à ses opinions. Le manufacturier dont les connaissances sont complètes et qui dispose en outre de l'aide de contremaîtres et d'experts, peut juger en un moment de la validité d'une plainte. Quand ces relations étroites existent entre le client et le marchand d'une part, entre le marchand et le manufacturier d'autre part, il est facile de satisfaire les plaignants et de découvrir les changements qui se produisent dans le goût du public.

Ces changements sont toujours lents et graduels.

Le marchand est le premier à les remarquer, et, s'il est intelligent, il en fera part au manufacturier. Quelquefois ces changements ne se produisent que dans une section du pays, d'autres fois ils sont généraux. Même dans ce dernier cas, il y a toujours des districts où le public conserve son goût ancien et est opposé à tout changement. Quand les marchands se tiennent bien informés, un manufacturier se tient facilement en contact avec toute sa clientèle, en faisant les changements, en produisant de nouvelles marques qui satisferont tous les goûts, et en conservant les anciennes pour les districts où règne un goût conservateur.

Controleurs exclusifs de plus de 60
Agences Etrangères.

UN DEMI-MILLION de Dollars
de Droits Payé par An.



DOUZE
Entrepôts du Gouvernement.
DEUX
Magasins d'Excise.

Lawrence A. Wilson & Cie., MONTREAL. LIMITEE

Notre Stock de Vins et de Liqueurs est le plus grand et le meilleur au Canada.

CLARETS ET BOURGOGNES.

Nous détenons un stock très considérable et très choisi de Vins Château rouges et blancs de la Bordeaux Claret Co., ainsi que de vieux Bourgognes Rouges et Blancs en bouteilles.

SHERRIES.

Nous avons aussi en stock des sherries de Gonzalez & Byass en fûts et leurs Vieux Sherries des célèbres marques "Idolo" et "Cristina", embouteillés et cachetés dans leurs propres Bodegas. La réputation universelle de cette maison suffit à garantir l'excellence de ses produits.

ABSINTHE SUISSE.

Absinthe Supérieure de Gemppe Pernod.

APÉRITIF.

Le meilleur produit d'Espagne : Tot, l'Apéritif "Bambou".

COGNACS.

Entre autres marques importantes de Cognacs, nous sommes seuls à contrôler les marques suivantes : Boutelleau Fils, Cognac Distillers' Association, Carlat & Cie, Jos. Brémond & Cie, Régnier & Cie, ainsi que les Brandies Espagnols de Jimenez & Lamothe.

BLACKBERRY BRANDY.

Wilson's Blackberry Brandy, Liqueur Supérieure, qualité non surpassée.

LIQUEURS.

Marasquin de Levert & Schudel, Curaçao Orange, Crème de Menthe Glaciale, Anisette, Kümmel, Kirsch.

Petite Chartreuse Verte et Jaune, Liqueur Hanappier, Elixir de Spa.

WHISKY.

Nous importons énormément plus de "Scotch Whisky" que toute autre maison du Dominion.

"Dunblane" pur grain et pur malt de Greenlees Brothers ; King Edward VII, Real Antique ; Hill-Burn Blend de Heilbron & Sons, Kings Liqueur ; Scottish Arms de R. Thorne & Sons, Antique Liqueur ; Three Star, Red, White and Blue de Haig & Haig, Five Stars, Tammany Scotch, Brae Mar Special, House of Lords, Five Crowns de Bruce Wallace & Co., Loch Caron Gleneil, A. Mac Murdo & Co., etc.

Les nombreuses qualités du Scotch Whisky, importé par nous de diverses parties de l'Ecosse, nous permettent de fournir tout arôme, couleur et âge aux prix d'importation.

ECHANTILLONS FOURNIS SUR DEMANDE.

L'ALCOOL DE POMMES DE TERRE

L'extraction de l'alcool des pommes de terre repose sur les faits suivants :

1o La pomme de terre renferme de 10 à 30 p. c. de son poids de fécule ;

2o La fécule est transformable, soit par la diastase du malt, soit par les acides, en sucres fermentescibles ;

3o Ces sucres peuvent subir la fermentation alcoolique, c'est-à-dire se doubler en alcool et en acide carbonique en présence de levures ;

4o Par la distillation et la rectification, on extrait du produit ainsi fermenté de l'alcool pur.

Ces quelques indications montrent que l'utilisation des pommes de terre pour la fabrication de l'alcool nécessite un véritable outillage industriel et n'est guère possible à la ferme. Pour décrire en détail cette industrie, il faudrait tout un volume ; on ne peut donc, ici, qu'indiquer les grandes lignes de cette fabrication qui comprend : 1o la conservation et la préparation des tubercules ; 2o la saccharification de la fécule ; 3o la fermentation ; 4o la distillation.

On conserve les tubercules dans des silos, comme les betteraves, ou dans des caves ; mais il faut éviter, au retour des chaleurs, la germination qui ferait perdre de la fécule et donnerait une drèche inutilisable pour la nourriture des animaux, les germes étant toxiques. On peut éviter la germination par l'immersion, pendant 10 heures environ, dans de l'eau contenant 1 p. c. d'acide sulfurique. Immédiatement avant l'emploi, on enlève la terre à l'aide de laveurs mécaniques.

Saccharification—La fécule qui se trouve enfermée dans les enveloppes de cellulose doit être d'abord mise en liberté : c'est le but de la cuisson qui fait éclater les cellules et en même temps gonfle l'amidon par fixation d'eau. Cette cuisson s'opère dans de grands cylindres en bois munis d'un double fond par lequel arrive de la vapeur dont il faut environ 50 p. c. du poids des pommes de terre. Si la cuisson s'opère sous pression, les tubercules sont rompus et il est inutile d'opérer le broyage qui doit suivre la cuisson en cuve ouverte, peu pratiquée aujourd'hui.

On laisse refroidir soit dans l'appareil de cuisson qui servira alors de cuve de macération, soit dans un bac spécial où la pulpe de pomme de terre est mélangée à 3 ou 4 p. c. de son poids de malt d'orge délayé au préalable dans 30 p. c. d'eau. En deux ou trois heures, à une température que l'on maintient à environ 60°, la fécule est transformée en grande partie en sucre et en dextrine saccharifiable.

Lorsqu'on n'a pas l'utilisation des drèches, on peut opérer la saccharification par l'action des acides, en introduisant dans le macérateur 10 p. c. d'eau contenant 15 p. c. d'acide sulfurique et portant

à l'ébullition pendant quatre ou cinq heures ; on sature ensuite l'acide sulfurique par un lait de chaux.

La saccharification donne donc un moût sucré qu'on amène à une densité de 1,050 environ dans la cuve à fermentation avec une température d'environ 68 degrés, on ajoute alors un levain, c'est-à-dire du moût renfermant de nombreuses levures actives et en général additionné d'acide lactique ou de l'acide fluorhydrique pour éviter les invasions bactériennes.

La fermentation se déclare de suite ; deux heures après, la cuve est recouverte d'écume, puis la température s'élève peu à peu et la fermentation devient tumultueuse. Elle correspond à la fermentation du maltose ; elle se continue plus lentement à mesure que la dextrine se saccharifie, et en trois ou quatre jours on arrive ainsi à avoir le vin qu'il n'y aura plus qu'à soumettre à la distillation.

La distillation se fait partout aujourd'hui avec des appareils munis de rectificateurs qui donnent des flegmes à haut degré, mais contenant des impuretés imprimant à l'alcool de pommes de terre son goût spécial (huile de fusel). Ces flegmes sont soumis à une rectification, c'est-à-dire à une nouvelle distillation, qui les sépare en produits de tête, alcool de cœur, et produits de queue que l'on sépare. Très fréquemment, on purifie les flegmes, avant la rectification, par divers traitements chimiques ayant pour but d'éliminer une proportion des impuretés de tête ou de queue. On obtient ainsi actuellement des alcools très purs qui ont perdu tout caractère rappelant leur origine.

On estime que 100 kilos (220 livres) de pommes de terre riches à 30 p. c. de fécule peuvent donner de 3 à 4 gallons d'alcool. Ces chiffres manifestent la grande valeur de la pomme de terre comme matière alcoolisable. Si elle est peu employée en France, par contre, elle fournit à elle seule environ les quatre cinquièmes de la production de l'Allemagne. Il est à souhaiter, conclut notre confrère le "Petit Journal agricole", à qui nous empruntons cette intéressante étude, que les applications multiples, qui conviennent à l'alcool industriel, prennent, chez nous, l'importance qui s'est déjà manifestée chez nos voisins, que l'alcool remplace de plus en plus le pétrole, produit d'importation ; la culture de la pomme de terre, en particulier, sera alors assurée d'un vaste débouché et nos distilleries agricoles, d'un développement considérable ; c'est là une évolution qui contribuerait puissamment à l'accroissement de notre richesse agricole.

L'annonceur sage, non seulement profite de sa propre expérience, mais, aussi bien, de celle des autres annonceurs.

LA PONCTUALITE

La ponctualité est une qualité admirable et recommandable chez tout individu ; mais elle l'est particulièrement chez un homme d'affaires. Elle indique une appréciation exacte de la valeur du temps d'autrui et dénote un sens scrupuleux d'honneur et de respect de soi-même, deux choses très importantes et essentielles dans le monde des commerçants honnêtes.

Un homme qui manque beaucoup de ces qualités ; quelles que soient ses autres facultés, non seulement supportera beaucoup de pertes au point de vue commercial, mais sera considéré comme peu digne de confiance et peu sûr dans toutes les transactions commerciales qui comportent de fortes sommes d'argent ; au point de vue moral, en ce qui concerne les devoirs sociaux et civiques, on se défiera de lui. A part ces divers points de considération, le manque de ponctualité peut compromettre le bien-être et même la vie d'être humains. Le lecteur peut se rendre compte de la vérité de cette assertion, en se rappelant que l'histoire est pleine d'exemples qui la justifient, sans compter ceux que le lecteur peut avoir observés lui-même.

Pour l'employeur, la ponctualité de l'employé est une de ses qualités les plus admirables, car elle en dénote d'autres qui accompagnent généralement la première. Il sait que si l'employé est strictement ponctuel, il sera très probablement soigneux et consciencieux dans l'accomplissement de son travail, il sera aussi diligent et manifestera un réel intérêt pour les choses qui concernent son patron.

Le patron qui n'est pas ponctuel dans l'accomplissement de ses devoirs ne provoquera pas l'enthousiasme de l'employé sous ce rapport et, comme conséquence, son commerce en souffrira sous le rapport de l'administration et dans tous les autres départements.

Nous rappelons que la maison L. Chaput, Fils & Cie fait des conditions spécialement avantageuses à tous ceux qui achètent de l'eau minérale Crystal Spring.

Dans un but d'annonce, ces messieurs accordent un rabais de \$1 sur les caisses de Quarts, \$1.50 sur les caisses de Pints et \$1 sur les caisses de Splits.

L'eau Crystal Spring est une eau très agréable et se mélangeant bien avec toutes les boissons, elle vient de Libertyville, Illinois, à 50 milles de la source White Rock.

Les excellents Portos de Starmouth. Tait & Co., embouteillés sous la marque "House of Lords" gagnent tous les jours dans la faveur du public.

Cela ne surprendra pas ceux qui ont eu l'occasion de goûter ces vins réellement supérieurs.

MM. L. Chaput, Fils et Cie sont les agents pour cette marque justement réputée.



Scotch Whisky

MOUNTAIN DEW

— DE —

SANDERSON

Il est pur, vieux et d'un arôme exquis.
 Il n'est surpassé par aucun autre Scotch
 Whisky vendu au même prix.
 Le "Mountain Dew" de Sanderson est la
 plus ancienne marque de Whisky en
 Ecosse.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA

S. B. Townsend & Co.

18-20 Rue St-Sacrement, = = = MONTREAL



LAW, YOUNG & CO.

MONTREAL.

CHAMPAGNE

POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix
sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
 Ale & Stout....Daukes & Co.
 Bénédictine.....Benedictine Co.
 Bourgognes.....Bouchard père et fils.
 Brandy.....Renault & Co.
 Cherry Whisky (The Original) Fremy's
 Claret et Sauterne.....Nathl. Johnston & Sons.
 Crème Cacao ChouvaA. Droz & Cie.
 Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
 Gin London Dry "Gordon's."
 Ginger Ale Anglais..... "Schweppes."
 Lime JuiceL. Rose & Co.
 Liqueurs.....Marie Brizard & Roger
 Madère.....Leacock & Co.
 Soda Anglais..... "Schweppes."
 Stout.....Wheeler & Co.
 Tarragone.....Louis Quer.
 Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
 Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
 Vin de MalagaCrooke Bros.
 Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
 Vins de Porto et Sherries.. "Mackenzie."
 Vins du Rhin et Moselle.. Koch Lauteren & Co.
 Whisky Ecossais..... "Kilmarnock."
 Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.



L'équipage qui at-
tire tous les regards,

Nous l'Avons.

Un joli "Runabout"
moderne, essieu en acier
arqué, bandage en
caoutchouc creux 1 1/4,
"genre automobile,"
phaéton, ou siège fixe (stick seat), piano box,
22 pouces.

Barres légères garnies de caoutchouc véri-
table ou barre en cuivre doré.

HARNAIS

convenant à l'équipage ci-dessus, A valoir en cuir
"Cordovan" souple, selle flexible ou sel-
lette Kay.

Nous montrons nos marchandises avec plaisir,
que vous achetiez ou que vous n'achetiez pas.

Tous les articles pour CHEVAUX ou ECURIES.

E. N. HENY CO., Limited.

Manufacturiers en Gros.

333-335 rue St-Paul, - MONTREAL.

L'ESPRIT CONSERVATEUR EN AFFAIRES

Un grand nombre d'annonceurs semblent se faire une idée erronée de ce qu'est l'esprit conservateur. Avoir l'esprit conservateur signifie en réalité éviter la témérité dans les entreprises et la spéculation ; malheureusement l'expression est souvent employée comme excuse pour des méthodes surannées. Toute maison d'affaires a l'esprit conservateur qui refuse d'adopter des systèmes douteux et qui dirige ses affaires suivant des méthodes légitimes, en se conformant aux changements de conditions et en se tenant toujours au niveau des circonstances.

Un annonceur à l'esprit conservateur n'est pas celui qui s'en tient à dire dans ses annonces qu'il est dans les affaires et à insinuer que c'est peut-être lui qui offre les meilleurs avantages sur terre ; c'est celui qui offre ses marchandises au public d'une manière ouverte, convaincante, décrivant leurs qualités et disant pourquoi elles méritent la considération des acheteurs. Un annonceur à l'esprit conservateur peut être celui qui emploie de grands espaces pour ses annonces dans des centaines de publications ; mais c'est aussi celui qui sait que chaque intermédiaire qu'il emploie lui rapporte des profits, et qui fait rendre à chaque dollar dépensé en publicité des bénéfices proportionnés. C'est une bonne chose d'avoir l'esprit conservateur. Mais ne vous imaginez pas que vous êtes doué de cet esprit simplement parce que vous êtes trop engoué de vos idées pour adopter des méthodes modernes.

LES ANCIENNES TAVERNES DE LA NOUVELLE-ANGLETERRE

Dans les premiers temps de la colonisation de la Nouvelle-Angleterre, on trouvait que les tavernes étaient une nécessité ; il en fut donc établi par la loi. Ces tavernes étaient d'habitude soumises à la surveillance et à la sanction des fonctionnaires municipaux qui pouvaient limiter la licence d'un aubergiste ou la lui retirer, comme marchand de victuailles ou de liqueurs.

Un aubergiste pouvait être un ecclésiastique, un officier de l'armée, un fonctionnaire civil ou un délégué à la Cour Générale. Sa maison était une place commode pour des réunions importantes ou non, et on pouvait y tenir des assemblées concernant la paroisse, les élections dans l'ordre militaire, des réunions d'ecclésiastiques ou autres.

L'établissement des prix, la limitation de la clientèle, la qualité et la quantité des marchandises à vendre étaient réglementés par la loi coloniale. Afin de décourager l'usage des liqueurs fortes dans

les auberges, la Cour Coloniale ordonna vers 1634 qu'il ne serait pas exigé plus d'un penny par pinte pour tout ce qui serait acheté en dehors des repas. Il fut aussi ordonné qu'il ne serait pas pris plus d'un penny par verre pour toutes les boissons. C'était dans le but de rendre non profitable la vente des liqueurs spiritueuses. Une autre fois, la loi ordonna à tout aubergiste de vendre de la bonne bière, de crainte qu'à défaut de bonne bière un voyageur n'achetât du vin.

Une loi fut promulguée de bonne heure, par laquelle une personne nommée dans ce but pouvait se joindre à une réunion de personnes buvant dans une taverne et contremander tout ordre donné par un membre quelconque, si elle croyait que ce membre buvait trop ; cette personne pouvait aussi indiquer la quantité de liqueur qui pouvait être bue.

A une certaine époque, aucun aubergiste ne pouvait permettre à ses hôtes de rester dans sa maison pour y passer le temps à s'enivrer. En 1664, une pénalité fut édictée contre ceux qui chantaient des chansons grossières dans les tavernes, et la cour entreprit aussi de déterminer la quantité de liquide qu'un homme pouvait absorber sans être considéré comme ivre.

LA FABRICATION DU "LIME JUICE"

Des faits intéressants sur la préparation du "lime juice" en Sicile, sont cités dans un rapport consulaire. Une partie du jus de citrons est exportée à l'état brut, mais la plus grande partie est convertie en citrate de chaux par une méthode très primitive. Au cours des quelques dernières années, on fit grand bruit au sujet d'un nouveau procédé pour la formation du citrate de chaux, mais ce procédé ne semble pas avoir obtenu un succès commercial.

C'est à peine si quelques perfectionnements ont été apportés au procédé adopté généralement et qui consiste à chauffer le jus dans une cuve munie d'un mélangeur rotatif, au-dessus de laquelle est placé un fût contenant de l'eau et de la chaux mélangés à consistance de lait épais. On laisse le contenu de ce fût couler dans le jus, avec lequel il est mélangé par l'agitateur à révolution, après que le jus a été chauffé à 60 degrés C. (140 degrés F.)

L'opération du mélange dure de quinze à vingt minutes—jusqu'à ce que le mélange devienne légèrement brun.

L'acidité est réglée suivant les demandes du commerce, en ajoutant plus ou moins de craie dans la cuve. Quand le chauffage et le mélange sont terminés, on ajoute un peu de lait de chaux pour produire un précipité. On fait alors couler le contenu de la cuve dans un récipient peu profond, au-dessus duquel on a étendu

du un filtre en grosse toile. Le citrate est rassemblé sur ce filtre au moyen de râteaux sans dents afin de faire disparaître l'excès d'humidité, puis on en remplit des sacs en grosse toile qui sont soumis à une pression pour enlever davantage l'humidité. Enfin le citrate, maintenant bien compact, est placé dans une salle chauffée par un poêle et mis sur des planches pour sécher ; ensuite on le met dans des futailles garnies de papier brun et il est prêt à être expédié.

Tel est le procédé ordinaire adopté généralement en Sicile pour la production du citrate de chaux.

Il n'est pas douteux que ce procédé soit susceptible de grandes modifications et de perfectionnements. Autrefois, la craie employée était fournie par le Royaume-Uni ; on l'importe maintenant de Venise, où les déchets des carrières de marbre sont calcinés et réduits en poudre dans ce but.

LES LETTRES D'AFFAIRES

Il vaut mieux ne pas écrire du tout que d'écrire une lettre médiocre. Une lettre d'affaires représente la maison qui l'a envoyée ; elle devrait être rédigée avec soin de manière que sa signification soit absolument claire pour le destinataire. Un trop grand nombre d'hommes d'affaires aujourd'hui s'efforcent de se débarrasser promptement de leur correspondance et font ce travail à la hâte ; ils devraient au contraire tâcher d'écrire chaque lettre de telle façon qu'elle fasse pour la maison le même travail que ferait un homme spécial envoyé au lieu de la lettre.

Le correspondant ordinaire ne s'en tient pas là. Il dicte ses lettres à un sténographe qui ne connaît probablement pas grand-chose aux affaires, et ne relit pas les lettres avec soin pour s'assurer qu'elles expriment les pensées exactes qu'il voulait exprimer. Il s'enfonce dans sa chaise quelques minutes, parcourt rapidement les lettres et les laisse partir.

En premier lieu, l'auteur d'une lettre est très apte à ne pas exprimer ses idées aussi clairement dans une lettre que s'il parlait à la personne à qui il l'adresse. Il peut aussi arriver que le sténographe ayant mal compris ou mal ponctué, donne à la lettre une signification totalement différente. Gardez-vous contre ces deux choses possibles.

Si vous ne pouvez donner à une lettre assez d'attention pour lui faire exprimer clairement vos idées, ne l'écrivez pas. Attendez à un autre jour plutôt que de faire un mauvais départ.

Si votre sténographe n'exprime pas ce que vous voulez dire, corrigez la lettre et faites-la écrire de nouveau, même si cela doit retarder son départ d'une au-

Le Vin
LE PLUS FIN
du Monde

Quand vous
 ordonnerez
 L'Extra Dry
 de
 G. H. MUMM & CO.,
 voyez à ce qu'il
 porte

La Capsule
 de Métal
 colorée rose
 et l'étiquette
 avec le nom des
 Agents
 Canadiens.



S. B. Townsend & Co.,

Seuls Agents au Canada,

18-20, rue St-Sacrement, MONTRÉAL.



Cette Marque Célèbre
 Mise en

Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
 Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott Ontario.

"NEW-YORK."

"CANADA."

tre journée. Mieux vaut un léger retard si cela est nécessaire, que la création d'une fausse impression.

LA CHINE, PAYS PRODUCTEUR DE VIN

D'après une publication du Foreign Office, la Chine serait sur le point de figurer sur le marché mondial du vin. Depuis dix ans on cultive la vigne à flûte d'essai sur les bords du golfe de Chi-li, où des acres de terre sont plantés en ceps à raisins rouges et à raisins blancs provenant de tous les pays producteurs de vin du monde.

Les résultats obtenus ont été satisfaisants, malgré des attaques de phylloxéra et il y a maintenant, dans les caves des vignobles, des milliers de fûts de vin, dûment enregistrés avec description et date de production. On n'a pas encore mis de ce vin sur le marché, et on n'en vendra pas avant l'automne de 1908.

M. Garnett, un fonctionnaire britannique, qui a visité les vignobles de Chine et adressé un rapport au Foreign Office, a goûté les vins rouges et les vins blancs qui, dit-il, sont excellents. Il ne pense pas que leurs prix seront bas. C'est un riche Chinois résidant dans les Straits Settlements, qui, le premier, s'est lancé dans cette entreprise sous la direction du baron Von Babo, un expert autrichien.

HISTOIRE DE L'ALCOOL.

Par Dr Chas. Ernest Pellew

(Traduit de "American Brewer")

En étudiant l'histoire des boissons alcooliques, on se trouve immédiatement face à face avec le fait qu'il existe à peine une nation sur la surface du globe qui n'ait pas employé un stimulant ou un narcotique d'une espèce quelconque. Dans presque tous les cas, cette substance a été sous forme d'alcool et, dans un petit nombre de cas où l'alcool n'était pas connu et où le tabac, l'opium, le chanvre ou quelque autre drogue étaient employés à sa place, l'introduction de l'alcool a immédiatement suivi, avec usage et malheureusement avec abus. Un curieux exemple de cela est cité dans le récit du célèbre voyage fait par Henry Hudson en 1609, quand il découvrit la rivière Hudson. Les Indiens curieux et leur chef l'attendaient sur les rives de l'île Manhattan, prêts à sacrifier au grand "Manitou Rouge". Il aborda avec quelques hommes de son équipage, et, versant un peu de rhum dans un verre, le but à leur santé; puis il passa à la ronde le verre rempli. L'un après l'autre, les Indiens refusèrent le verre, craignant évidemment qu'il ne contint un poison mortel. Enfin, l'un d'eux, plus hardi que les autres, but

le verre jusqu'au fond, commença bientôt à tituber et tomba finalement. Ses compagnons furent frappés d'horreur. Mais bientôt, il recouvra connaissance et décrivit le liquide qu'il avait bu en termes tellement élogieux que tous en demandèrent leur part en suppliant et, avant que Hudson les quittât, ils étaient tous ivres.

Il semble que l'homme ait un goût naturel pour une drogue quelconque qui chasse les soucis, et comme l'alcool possède ce pouvoir, il est employé depuis l'époque la plus reculée et est encore employé aujourd'hui par les riches et les pauvres, les nations hautement et peu civilisées et par les sauvages, avec un dédain plus ou moins grand pour les effets nuisibles produits par son abus.

Les récits historiques les plus anciens qui sont parvenus jusqu'à nous — les classiques sacrés de la Chine, de l'Italie, de la Judée et de la Perse — tous donnent des détails sur l'usage et l'abus des boissons alcooliques. Les Chinois se servaient à la fois de vin de raisin et d'une bière de riz, quelque chose comme le "saki" actuel du Japon; et si nous pouvons ajouter foi à leur écrits, l'intempérance n'était pas le fait unique des classes les plus basses de la société, mais dans bien des cas, elle causait le déshonneur et la ruine des dynasties régnantes.

Les "Rig-Veda" ou livres sacrés des anciens brahmanes nous fournissent de nombreux détails sur les habitudes de boire des Hindous qui, au moins parmi les classes supérieures, observaient scrupuleusement leurs préceptes sacrés. La population buvait une variété de bière connue sous le nom de "sura", faites de riz, d'orge, de miel et d'autres ingrédients. Ce breuvage était bon marché et était consommé abondamment par ceux qui voulaient s'enivrer; en conséquence, il était fortement déconsidéré par les prêtres et les gouvernants qui émettaient des lois et des règlements excessivement sévères contre sa consommation. Mais ils ne tarissaient pas d'éloges sur le vin sacré "Soma", fait de la sève de certaines plantes qui, après fermentation, était offerte en libations à leurs dieux favoris: Indra, Vishnou et autres. Ces divinités étaient supposées boire abondamment du "soma" et se réjouir grandement de l'effet qui en résultait. Ces exercices étaient particulièrement agréables parce qu'il n'était pas nécessaire pour honorer les dieux de verser tout le vin sur l'autel; ces actes de dévotion pouvaient être accomplis également bien par les adorateurs, quand ceux-ci buvaient eux-mêmes les libations. Bien entendu, les agréables effets de ces libations étaient considérés comme dus uniquement à la faveur divine et non pas aux ingrédients qui entraient aussi dans la composition du vulgaire "sura".

Dans la Bible, on trouve de fréquentes allusions aux effets bons et mauvais du vin. Certains passages offrent des contrastes si marqués que des efforts sérieux ont été fait par beaucoup de moralistes bien intentionnés pour appliquer au jus non fermenté du raisin ou au raisin lui-même tous les dictons favorables tels que ceux-ci: "Le vin réjouit le cœur de l'homme"; "Tu as mis de la joie dans les cœurs depuis que leur blé, leur vin et leur huile ont augmenté en quantité", et pour appliquer au jus fermenté, le vin qui est bu tous les jours, les passages si connus et si fréquemment cités, qui condamnent son usage. Ils basent leur opinion sur le fait que deux mots hébreux "yayin" et "tirosch" qui se trouvent dans l'Ancien Testament sont tous les deux traduits dans les versions autorisées par le mot vin, bien que "yayin" soit presque toujours mentionné avec mépris et "tirosch", avec approbation. Mais cela n'est pas toujours le cas; les substances que désignent les deux mots sont également condamnées dans un chapitre du livre d'Osée. De plus, il est douteux que le jus non fermenté du raisin ne soit pas mentionné sous un nom entièrement différent "debish", traduit par le mot miel. Sous ce chaud climat où on n'avait pas de jarres en verre et de bouchons en caoutchouc pour conserver le jus stérilisé du vin, où on ne connaissait pas d'antiseptiques pour retarder ou empêcher la fermentation, le jus frais du raisin doit avoir été immédiatement bouilli jusqu'à consistance d'un sirop épais, sans cela, il aurait commencé à fermenter au bout d'une demi-heure. C'est ce qui se pratique aujourd'hui en Syrie et le produit résultant, "debs", est employé comme succédané du miel ou du sucre, pour le sucrage. Notre respect pour la sagesse du roi David et celle d'autres grands hommes de Judée ne nous permet pas de penser que leur langage enthousiaste concernait un sirop sucré, affadissant.

Il n'y a aucune raison de douter que le mot grec "civos", employé dans le Nouveau Testament, se rapporte au vin fermenté ordinaire; il semble évident que les échanges et les dénonciations qui se trouvent dans l'Ancien et le Nouveau Testament se rapportent à l'usage et à l'abus de l'alcool respectivement, plutôt qu'à toute différence spécifique entre les breuvages employés.

Les anciens Egyptiens ont découvert de très bonne heure l'art de faire du vin d'orge, ou, en d'autres termes, de la bière véritable, ainsi que du vin de raisin. Ils en ont laissé des preuves, non seulement dans leurs écrits et dans les contes des premiers voyageurs, comme Hérodote, mais aussi dans plusieurs séries remarquables de peintures murales trouvées sur leurs monuments. Les plus intéressantes de ces peintures sont celles du

BERNARD & LAPORTE

Importateurs des Célèbres
Liqueurs Françaises

Portant la marque **GABRIEL VIARD**, de Troyes, France.

"Pur Abricot,"
"Viardictine,"

"Marasquin,"
"Chartreusette,"

"Cacao Shouwa,"
"Crème de Moka,"

"Curaçao,"
"Anisette," etc.

Cognacs de la Maison
LUCIEN FOUCAULD & Co.

En Caisses et en Fûts

Les Marques **Medico-Tonic**

— ★ et ★ ★ ★ —

sont les plus populaires sur notre marché. On les trouve en vente dans tous les principaux établissements. Pour Prix et Renseignements, s'adresser aux

— Seuls Agents pour le Canada: —

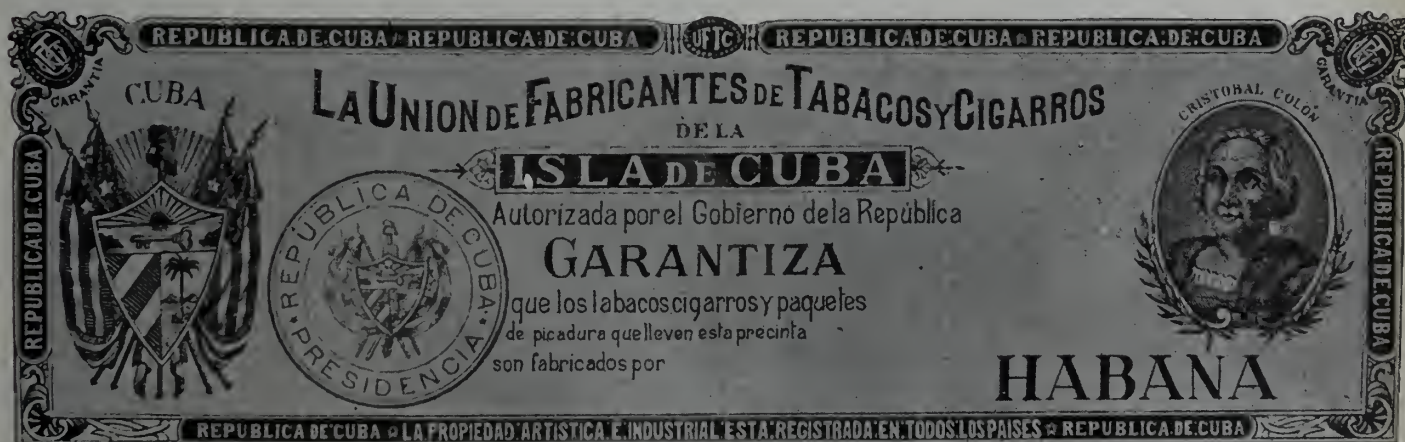
BERNARD & LAPORTE

253-255, rue St-Paul, - - - MONTREAL.

ETIQUETTE D'EXPORTATION DES FABRICANTS DE CIGARES DE CUBA.

Autorisé par le Gouvernement de la République de Cuba.

Le nom du Fabricant ou celui de sa Marque sera imprimé sur l'espace en blanc de cette Etiquette.



DETAILLANTS ET FUMEURS

Veillez Remarquer que toutes les boîtes de cigares et de cigarettes et tous les paquets de tabac haché portant une copie de l'étiquette de l'Union, portent une **Garantie** que leur contenu est un produit **Pur** de la **Havane, Cuba**.

Toutes les boîtes et tous les paquets qui ne portent pas cette étiquette **Peuvent** n'être **Pas** des produits **Véritables** de la **Havane, Cuba**.

Couleurs de l'Etiquette:—Noir sur fond bleu pâle.—Couleur du Sceau de la Présidence de la République:—Bleu foncé.

tombeau de Beni-Hassam où il y a quelque cinq mille ans, les Egyptiens s'amusaient à reproduire les scènes de la vie journalière par le dessin. On voit, sur ces peintures, des vignes avec les ceps de vigne attachés soigneusement sur des treillis et arrosés au moyen de réservoirs artificiels. On y voit aussi plusieurs sortes de pressoirs, les uns pour écraser les grappes, les autres pour les presser en les tordant fortement dans un sac. On peut voir aussi la manière dont les Egyptiens versaient le vin frais dans des jarres, pour le faire fermenter et le conserver. On peut les observer buvant leur vin au sein de leur famille, ayant à côté d'eux leur femme et, sur leurs genoux, leurs enfants. On voit enfin des peintures qui les représentent buvant du vin comme des brutes et transportés chez eux après un souper, sur le dos d'esclaves; ces peintures font aussi voir des femmes titubant, ivres d'une manière indécente et honteuse. En vérité, il n'y a rien de nouveau sous le soleil.

Les écrits des anciens Perses, "Zend Avesta", datant de l'époque de Zoroastre, environ 4,000 à 6,000 ans avant l'ère chrétienne, contiennent, comme les "Rig-Veda", de nombreuses allusions au breuvage sucré "Homa" et à un breuvage populaire "Hura". Le vin semble avoir été découvert un peu plus tard, mais après l'avoir été, être devenu excessivement populaire. Les habitants des plaines riches et chaudes de l'Asie-Mineure en faisaient spécialement usage et le jeune prince Cyrus, qui avait des habitudes de tempérance, descendant des montagnes avec ses guerriers parsans, eut peu de difficulté à mettre en déroute les Mèdes efféminés. Mais l'attrait du luxe était trop fort pour eux et au bout de quelques générations, les vainqueurs et les vaincus avaient bien dégénéré. Le fameux Xerxès, descendant de Cyrus et monarque de l'Asie-Mineure, n'a pas accompli beaucoup de vaillantes actions, mais il pouvait boire plus de vin que tout autre homme de son royaume. Il est donc peu étonnant que son armée ait été si facilement mise en déroute par les Grecs.

En effet, de toutes les nations de cette époque, les Grecs étaient les plus aptes à consommer des boissons alcooliques en grandes quantités et cependant avec tempérance. Leur pays était fertile et leurs récoltes variées et ils apprirent de bonne heure à préparer des breuvages enivrants au moyen d'orge, de figues, de sève de palmier, et autrement. Leurs vins, spécialement ceux des îles grecques, ont conservé leur réputation, non pendant des centaines, mais des milliers d'années. La vigne était grandement cultivée et on la considérait comme un des plus grands dons faits à l'homme par les dieux; cependant, tel était leur respect pour le corps humain, telle était

aussi leur crainte de lui nuire par des excès, que nous voyons, dans leur Age d'Or, tout au moins, qu'ils faisaient usage de l'alcool, mais qu'ils n'en abusaient pas.

Leur breuvage le plus fort, il faut se le rappeler, était du vin naturel non renforcé, ne contenant pas plus d'alcool que nos clarets et nos vins du Rhin d'aujourd'hui. Cependant, ils ne le buvaient jamais pur; ils y ajoutaient toujours de l'eau, ou plutôt ils l'ajoutaient à de l'eau. Quelques-uns de leurs vins, le Pramnian et le Maronian, par exemple, étaient si forts qu'on les mélangeait dans la proportion de 1 à 15 ou de 1 à 20 parties d'eau. Le mélange ordinaire consistait en une partie de vin pour cinq parties d'eau ou une partie de vin pour 4 parties d'eau. Quand les jeunes fêtards d'Athènes faisaient un souper fin, ils choisissaient un maître de la fête qui s'asseyait, couronné de fleurs, au haut bout de la table, et réglait l'ordre du festin. Dans ces occasions, un jeune homme très enclin à la bombance commandait quelquefois un mélange de deux parties de vin pour trois d'eau. Boire du vin non mélangé était considéré comme l'acte d'une brute ou d'un barbare.

Il ne faut pas en inférer que l'ivresse était inconnue dans ce pays, mais, pendant l'Age d'Or de la Grèce, l'ivresse était peu commune et méprisée. Chez ce peuple, l'action de boire était différente de ce qu'elle était chez d'autres nations; les Grecs buvaient pour se rendre gais et non pour s'enivrer. Ceci peut-être reconnu immédiatement par leur caractère et la position de Dionysos, le dieu de la boisson, correspondant au Bacchus des Romains. Ce n'était pas un débauché ivre. Les statues le représentent sous la forme d'un enfant innocent, rieur, d'un beau jeune homme blond et gras, d'une athlète bien développé et même d'un homme d'âge mûr à l'air raffiné, le patron de la littérature et du drame.

Dionysos était en effet le plus grand des dieux de la Grèce. Aux vendanges, en automne, tout était amusement et joie et, en son honneur, les habitants de la campagne donnaient des représentations grossières et facétieuses. De là est venue la comédie, ainsi nommé du chariot de paysans dans lequel les acteurs jouaient autrefois. Au printemps, quand on buvait le nouveau vin avait lieu la grande fête dionysiaque. Tout le monde se rendait à Athènes, de la campagne, de toute la Grèce, de tout le monde civilisé; et là, dans le grand théâtre de Dionysos, dont les sièges en marbre existent toujours, sous les murs de l'Acropole, on jouait les curieuses tragédies d'Eschyle, de Sophocle et d'Euripide et les plus beaux chefs-d'œuvre de l'ancienne littérature.

Mais après qu'Athènes et Sparte et plus tard Thèbes eurent gaspillé leurs ressour-

ces et épuisé leurs énergies les unes contre les autres, une nouvelle race à demi barbare descendit des montagnes et conquiert toute la Grèce. Soas le règne du fameux roi Philippe de Macédoine, les partis affaiblis et éparpillés se réunirent, apprirent l'art de la guerre et vainquirent rapidement les habitants des plaines plus civilisés et plus cultivés. Ceci marqua la fin de la tempérance en Grèce. Les nobles Macédoniens furent toujours de forts buveurs et vers la fin du règne du roi, ils furent encouragés dans cette habitude par le roi lui-même. Beaucoup d'histoires sont parvenues jusqu'à nous au sujet des orgies royales. Une de celles-ci concerne un célèbre philosophe qui avait intenté un procès contre le roi lui-même. La cause fut entendue et jugement rendu contre lui. "Je fais appel" s'écria le vieillard. "A qui fais-tu appel?" répondit Philippe: "Je suis le roi"; "Je fais appel, dit l'autre, de Philippe ivre à Philippe sobre". Le jour suivant, la cause fut entendue de nouveau et jugement fut rendu en faveur du demandeur.

Un autre épisode qui aurait très bien pu avoir des conséquences très sérieuses se passa un jour avant que ce roi mourût. Il avait récemment répudié sa femme Olympia, la mère d'Alexandre le Grand, et il célébrait son second mariage avec Cléopâtre. Au banquet de noces, où le vin coulait abondamment, son oncle Attalus fit quelque remarque insultante au sujet du jeune prince Alexandre qui se leva immédiatement de table et lui lança un gobelet à la tête. Cela mit en fureur le roi qui s'élança de son siège, tira son épée et se précipita sur son fils pour le tuer. Mais dans sa rage et son ivresse, Philippe glissa et tomba à terre. Alors Alexandre cria d'une manière plutôt peu respectueuse: "Hommes de Macédoine, voyez maintenant cet homme qui est prêt à passer d'Europe en Asie et qui ne peut pas se rendre d'un siège à l'autre sans tomber. Quand Alexandre monta sur le trône un an plus tard, l'amélioration de ses manières ne fut que temporaire. Tout d'abord, le jeune roi, avec ses compagnons d'armes, employa toute son énergie aux affaires d'Etat et à la guerre. Deux années après son accès au trône, il traversa l'Helléspont et avec une petite armée d'hommes choisis il mit en déroute les hordes nombreuses et énormes du grand roi. Dans quelques campagnes, il conquiert l'Asie-Mineure et conduisit même ses forces victorieuses dans l'Inde. Mais, avec le succès vint l'intempérance et sa carrière courte et glorieuse se termina dans le déshonneur.

Sous l'accoutrement de Dionysos, accompagné par une bande de tapageurs ivres, il entra en triomphe dans Kermânia. A Samarcande, rendu furieux par le vin, il tua de sa propre main son ami Ci-

Pompes à Bière et Fournitures de Bars

DIRECTEMENT DE LA MANUFACTURE

Elles Economisent tous les Profits des Marchands

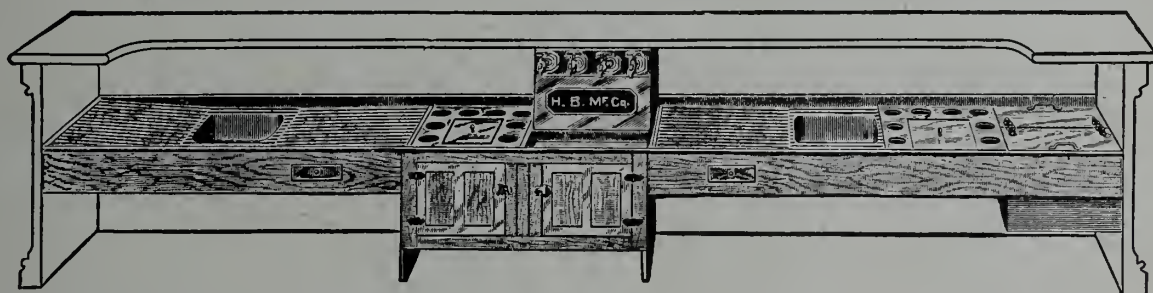
THE HAMILTON BRASS MANUFACTURING CO., LIMITED

HAMILTON, ONTARIO.

Seuls Manufacturiers Canadiens de Fournitures
de Bars de toute espèce. Demandez le Catalogue.

MONTREAL, P. Q.

NOUS AVONS UNE LIGNE COMPLETE DE POLIS POUR LAITON, CUIVRE, ETC.
ESSAYEZ-NOUS POUR LES REPARATIONS DE BARS.



Bureau à Montréal, 327 RUE CRAIG OUEST - Téléphones: Bell et des Marchands



L'avez-vous
en Stock ?

Il se vend beaucoup de

Vin St-Martin

C'est un Tonique Re-
con-tituant combiné avec
le plus généreux des
Vins : c'est aussi le plus
ancien des vins toniques
connus.

La demande augmen-
te tous les jours et notre
publicité très étendue
est à l'avantage du mar-
chand qui le tient en
stock.

DISTRIBUTEURS GENERAUX :

Maison FOURNIER-FOURNIER

LIMITEE

ST-HYACINTHE, P.Q.

Avez-vous
Essayé les

Cocktails Saratoga

"Manhattan,"
"Club Whisky,"
"Brandy,"
"Holland."

Les seuls Cocktails de ces mar-
ques faits au Canada.

En vente chez tous les marchands
de Liqueurs en gros.

Escomptes spéciaux aux
maisons de gros.

AGENTS POUR LA PUISSANCE.

D. McMANAMY & CO.

Marchands de Liqueurs en Gros

SHERBROOKE, QUE.



tus qui lui avait sauvé la vie à la bataille de Granicus. A Perséopolis, dans une rage d'ivrogne, poussé par ses compagnons dissolus, il mit le feu au célèbre palais du grand roi et, bien que ramené à lui par le résultat il eût appelé ses soldats pour éteindre l'incendie, le palais fut rasé jusqu'à usol.

Son plus fameux exploit dans ce genre eut lieu pendant la dernière année de sa vie, au tombeau de Cyrus, près de Pasargadae, en Perse. Il assistait là à l'immolation d'un célèbre philosophe hindou, Kalanus, qui l'avait suivi de l'Inde et qui, étant tombé malade, se fit brûler vivant sur un bûcher. A son retour de la cérémonie, Alexandre demanda à beaucoup de ses amis et à ses grands officiers de souper avec lui et il organisa pendant cette nuit un grand concours de boisson, offrant une couronne d'or au vainqueur. Un jeune homme noble appelé Promachus remporta le premier prix avec la mesure respectable de quelque 14 pintes de vin; d'autres le suivirent de près. Mais un vent s'éleva, gelant les fêtards jusqu'aux os et Promachus ainsi qu'environ quarante de ses compétiteurs moururent des effets du froid et de l'ivresse combinés.

Ce genre de vie ne pouvait pas durer longtemps. Ses soldats tués, ses officiers étant devenus indisciplinés, sa propre force disparut et dans sa trente-deuxième année, après une orgie d'ivresse qui dura deux jours et deux nuits, une attaque soudaine de fièvre termina sa carrière.

Si de la Grèce nous nous tournons vers Rome, nous trouvons la même suite générale d'événements. Au commencement, les Romains étaient une bande de farouches bandits, luttant d'abord pour leur vie, puis pour la conquête des tribus environnantes. Pendant les quelques centaines d'années que cette lutte dura, les romains étaient une race excessivement tempérante. L'histoire nous apprend que le vin était alors rare et médiocre et, tel qu'il était, on le réservait exclusivement pour les hommes de plus de trente ans. Il était défendu aux femmes d'en boire sous peine de mort, car on prétendait que c'était un excitant à la débauche. D'après Pline, cette loi était loin d'être lettrée morte. Les femmes étaient obligées d'accueillir tous leurs parents du sexe masculin avec un baiser sur la bouche, de telle façon que ces derniers pouvaient dire si elles avaient été dans la cave aux vins. Il cite le cas d'un certain Ignatius Mécénus qui frappa sa femme jusqu'à ce que mort s'ensuivit pour cette infraction à la loi et il fut pardonné par Romulus pour cette action; il cite aussi un autre cas où une dame romaine fut privée de nourriture par ses parents pour des raisons semblables; cette femme en mourut.

Quand les Romains eurent conquis la plus grande partie de l'Italie, le vin de-

vint plus commun et quand les armes romaines atteignirent la Grèce et l'Asie-Mineure, le pays en fut inondé. Des auteurs contemporains nous apprennent que les mœurs et les coutumes changèrent au cours d'une seule génération. Caton l'Ancien avait coutume de dire qu'à la table de son père on ne servait que du vin italien ordinaire, et cela parcimonieusement, tandis que le vin de Grèce était servi comme quelque chose d'excessivement recherché, dans de petits verres, au dessert. Avant sa mort, un certain général Lucullus, revenant de l'Orient, distribua à la populace 100,000 gallons de fin vin de Chine.

Les Romains de la décadence avaient plus de soin de leurs vins que de tout autre produit naturel ou artificiel de terre ou de mer. Pline mentionne 195 variétés de vins d'un usage général, dont quatre-vingts environ étaient de bonne qualité. Le vin ordinaire était d'un bon marché extraordinaire et très abondant; les poètes disaient même par facétie qu'il était moins dispendieux que l'eau. Des vins fins sucrés de dessert étaient importés en grandes quantités des îles grecques Chio, Samos, Lesbos, Mitylène et autres. Les célèbres crus italiens, le vin fin de Falerne, le riche vin de Massic, le vin sucré d'Albe, les vins de Caccub, Stetine, Pucine et d'autres chantés par Horace, Virgile et Lucrétius l'emportaient sur tous leurs rivaux et, sous bien des rapports, ils auraient pu supporter favorablement la comparaison avec les vins actuels.

Mais la plupart de ces vins auraient été gâtés, à notre goût, par les substances curieuses qui y étaient ajoutées, pour leur donner de l'arome ou pour les conserver. Par exemple, en Grèce et à Rome, c'était une pratique commune d'y mélanger du miel et des épices variées, telles que la myrrhe, l'aloès et les clous de girofle. Un mélange plus surprenant était celui d'eau salée qui, en petite quantité, en partie pour 50 à peu près, était supposée améliorer grandement le bouquet des vins fins. En vérité, les instructions les plus soigneuses sont données par les anciens auteurs sur la qualité de cette eau salée. Elle devait être puisée dans l'océan à trois milles environ du rivage, par un jour calme, alors que la mer était tranquille. Une autre habitude, barbare pour nous, consistait à ajouter de la résine, de la poix ou de la térébenthine directement aux fûts avant de les remplir. C'est encore ce qui se fait en Grèce aujourd'hui et, dans les auberges, on demande au voyageur moderne s'il désire du vin étranger ou du vin à la résine.

Sous un certain rapport, les Grecs nous égalaient complètement. Ils appréciaient l'âge du vin. Nous avons nos caves et nous y laissons nos vins pour qu'ils y prennent de l'âge. Nous faisons claquer nos lèvres en goûtant du Château La Ro-

se de 1870 et nous pensons que c'est un vin vieux, tandis que du madère "Stuyvesant" ou "Monticello" datant du commencement du siècle est servi en de rares occasions, quelques gouttes à la fois comme un élixir précieux.

Mais à l'époque de César, on nous dit qu'Hortensius, un orateur bien connu, avait laissé comme héritage 10,000 bouteilles de fins vins de Grèce dans la cave de sa maison de campagne. Horace, faisant toujours allusion à sa pauvreté, pouvait tout de même écrire à un ami et lui demander de lui rendre visite dans son humble cottage et d'y boire un verre de vin de Falerne âgé d'environ trente ans. Son protecteur, Mécène, avait coutume de lui donner du vin datant de 70 ou 80 ans. Et nous apprenons de Pline qu'en son temps il y avait encore en existence un peu de vin du fameux crû fabriqué sous le consulat d'Opimius, quelque deux cents ans auparavant. Ce vin n'était employé que pour donner du goût à d'autres variétés. Il était épais, de sorte qu'il fallait le puiser avec une cuillère et le dissoudre dans l'eau, puis le filtrer avant de l'employer, et quand la jarre était débouchée il en sortait un parfum délicieux et fort qui remplissait toute la salle.

A partir de la chute de la république, l'intempérance et la débauche augmentèrent rapidement à Rome. On n'entendait plus parler des anciennes lois; les femmes buvaient tout autant que les hommes. Tous les auteurs, Pline, Juvénal, Sénèque, Tacite, et beaucoup d'autres, se plaignent amèrement de cette habitude. Aucun ordre, aucune décence n'étaient observés dans les fêtes. Celles-ci devinrent rapidement des orgies régulières où non seulement hôtes et convives, mais même les affranchis et les esclaves buvaient jusqu'à ce qu'ils fussent ivres.

Des prix étaient souvent offerts à ces fêtes au plus fort buveur et on avait coutume d'employer des drogues pour augmenter la capacité normale destinée à recevoir le vin. Une chambre séparée contiguë à la salle à manger portait le nom suggestif de "vomitorium". Les empereurs eux-mêmes ne dédaignaient pas d'encourager ces orgies; sous le règne de Claudius, un certain Caius Piso fut promu à une dignité de la cour pour avoir bu consécutivement pendant deux jours et deux nuits. Un certain Torquatus fut fait chevalier sous le nom de Tricondjius (homme pouvant boire trois gallons) pour avoir bu cette quantité de vin, dit-on, d'un seul trait. La populace, l'armée et la cour se livraient également à l'intempérance et il n'est pas étonnant, quand les troupes de défense extérieure de l'empire furent battues, que les autres se firent tailler en pièces par les races du Nord plus hardies, si elles n'étaient pas moins tempérantes.

C'est une chose curieuse que, bien que

MAISON FONDÉE EN 1842

*NOUS N'HÉSITONS PAS A RECOMMANDER CES
MARQUES DE QUALITÉ*

VERMOUTH ITALIEN, Fûts et Caisses

E. MARTINAZZI & CO., LTD. - TORINO

JAMES AINSLIE & CO., Leith, N. B.

WHISKIES ECOSSAIS

FOURNISSEURS DE LA MARINE ROYALE

STORMONTH TAIT & CO., Oporto et Londres

"VIN OPORTO VIEILLI EN FUTS"

SEULS FOURNISSEURS DE LA CHAMBRE DES LORDS

BOULESTIN & CIE, Cognac, France

FINES ET VIELLES EAUX-DE-VIE

"PUR JUS DE LA VIGNE"

V. FOURNIER & CIE, Châteauneuf, France

GRANDS PROPRIÉTAIRES DE VIGNOBLES

LES PLUS FINES EAUX-DE-VIE DE COGNAC

**SOCIÉTÉ ANONYME DES SOURCES ST-LOUIS,
VICHY, FRANCE**

EAU DE VICHY "Trèfle Rouge." La meilleure La Plus Gazeuse Naturelle du Bassin

DUBONNET & FILS, Paris, France

LE SEUL VIN TONIQUE ET APÉRITIF RECONNU LE MEILLEUR

DANS LE MONDE ENTIER

LOUIS ROEDERER, Reims, France

LA MAISON PAR EXCELLENCE POUR LES VINS DE CHAMPAGNE

C'EST TOUT DIRE

Adressez-vous directement à nous pour toutes informations.

Ces marques sont vendues partout.

IMPORTATION, UNE SPECIALITE.

L. CHAPUT, FILS & CIE,

AGENTS AU CANADA

2-4-6-8 rue DeBresoles
MONTREAL

Miniatures Gratis

les boissons enivrantes aient été connues et employées de temps immémorial, l'alcool lui-même n'ait été découvert qu'après la chute de l'empire romain et, qu'après qu'il eût été découvert, il n'ait été employé pour obtenir l'ivresse que plusieurs centaines d'années plus tard. Pline, dans son Histoire Naturelle, écrite l'année 50 de notre ère environ, dit que l'huile de térébenthine pouvait être extraite du goudron brut en le faisant bouillir dans des récipients ouverts et en interceptant les vapeurs par des toisons dont l'huile condensée pouvait être exprimée. Cela marque les premiers débuts de l'art de la distillation qui ne progressa que lentement, car 200 ans plus tard, nous voyons que les matelots étaient accoutumés à obtenir de l'eau potable de l'eau de mer par des méthodes primitives semblables.

Vers cette époque, il y avait à Alexandrie une école florissante d'alchimistes et il est probable que quelqu'un d'entre eux développa bientôt cet art; mais en l'an 287, l'empereur Dioclétien détruisit leurs livres et prohiba leurs études, de peur qu'en découvrant la pierre philosophale et en apprenant par là à changer en or les métaux communs, ils pussent jeter à terre le gouvernement romain. Un désastre plus sérieux arriva à l'école de philosophie d'Alexandrie, lors de la destruction de la célèbre bibliothèque par le général manométan Amru, en l'an 984, sous les ordres du calife Abu-Bekr. "Si ces livres sont conformes au Koran, on n'en a pas besoin; s'ils sont en opposition avec le Koran, ils sont nuisibles". Tel est l'argument qui aida à reculer la civilisation de quelques siècles et qui porta à la littérature aussi bien qu'à la médecine un coup dont elle ne s'est pas encore relevée. Il est curieux de se demander quelle serait la situation actuelle si seulement deux ou trois de nos récentes découvertes — par exemple la théorie des germes de maladie — avaient été faites cent ans plus tard.

Quoi qu'il en soit, l'étude de la science dut être recommencée presque en partant des premiers principes par les Arabes soumis à un chef plus éclairé. Le célèbre Geber, vers la fin du VIII^{ème} siècle, mentionne le mot distillation, mais on ne sait pas exactement si par ce terme il entendait plutôt la séparation par la chaleur de deux métaux ayant des points de fusion différents. Albucasis, un célèbre alchimiste du XI^{ème} siècle parle du procédé en termes moins douteux et vers la fin du XIII^{ème} siècle, l'art de la distillation, la préparation, les propriétés et les usages de l'alcool étaient clairement décrits par deux alchimistes européens, Raymond Lully et Armand de Villeneuve.

Etant donnée l'opposition assez méritée contre les liqueurs distillées, il est intéressant de remarquer que pendant une centaine d'années après sa découverte,

l'alcool a été distinctement le produit le plus précieux de la chimie. Les anciens alchimistes s'étonnaient de son pouvoir à dissoudre les huiles, les résines et les baumes; ils l'appelaient "oleum vini" ou "balsamus universalis", faisant avec lui des vernis, des parfums et des cosmétiques, dont la vente remplissait leur bourse qui n'était pas trop garnie. Ils admiraient la flamme claire, incolore, sans fumée, produite par sa combustion et ils le nommaient "soufre céleste" pour le distinguer du soufre terrestre ordinaire qui est loin de brûler d'une manière aussi agréable. Ils s'en servaient comme substance préservatrice pour la préparation de leurs produits chimiques et par-dessus tout, ils l'employaient comme médicament.

Pendant des centaines d'années, cette eau-de-vie "aqua vitae", comme elle était le plus universellement connue, était le remède le plus précieux de leur vaste mais inefficace pharmacopée. Comme alchimiste, chaque médecin préparait ses propres élixirs, ses cordiaux et prétendait que ces panacées opéraient des miracles; mais la base de tous ces médicaments était la même — de l'alcool sucré et aromatisé par distillation ou infusion d'herbes et d'épices. Quelques-uns de ces cordiaux ou remèdes pour les maladies de coeur existent aujourd'hui sous forme de liqueurs diverses. La chartreuse et la bénédictine sont simplement d'anciens médicaments préparés à peu près d'après les anciennes formules que les moines carthusiens et bénédictins employaient il y a des centaines d'années afin d'administrer ces liqueurs aux malades et aux personnes faibles à la porte de leur couvent, ou bien pour les vendre aux malades riches qui recherchaient leur traitement.

Mais ce qu'il y a de curieux, ce n'est pas que l'alcool ait été employé comme remède, mais qu'il n'ait été employé exclusivement que comme remède. Il semble qu'on n'ait eu aucune idée de ses propriétés intoxicantes. Shakespeare, par exemple, mentionne abondamment la boisson et l'ivrognerie. Mais, à cette époque, certains hommes se grisaient avec du vin d'Oporto, du vin des îles Canaries, du sherry, et les gens de la classe inférieure, avec de l'ale et de la bière, mais jamais avec de l'alcool. La seule mention qu'il fasse de liqueurs distillées, c'est dans "Roméo et Juliette", quand la vieille garde-malade soupire: "Oh, si je pouvais avoir des eaux fortes de Venise pour ranimer mon énergie!" Comme exemple de la durée de cet état de choses, je peux mentionner un livre bien connu "The Countrie Farme", publié en Angleterre en 1716. Cet ouvrage important discute en détail toutes les diverses occupations de la campagne. Il décrit avec soin l'industrie du vin, la culture des vignes,

la préparation des diverses variétés de vins et, tandis qu'il fait hautement l'éloge du bon vin pur comme boisson, l'auteur prend grand soin de décrire complètement les nombreux mauvais effets de l'ivresse et de l'habitude d'ingurgiter du vin constamment et en trop grande quantité.

Quelques chapitres plus loin, l'auteur donne une description de l'art de la distillation. Il explique qu'une salle pour les alambics est une nécessité d'une maison de campagne bien montée et il fait des descriptions curieuses d'alambics, dont les uns ont 60 ou 80 cornues sur un seul four. Il mentionne la grande variété de substances végétales et animales qui peuvent être distillées mais il s'étend beaucoup sur la distillation du vin. "Car, dit-il, les vertus de l'eau-de-vie sont infinies. Elle empêche les attaques d'apoplexie; sous tous les climats humides et où règne la malaria, tout le monde devait en prendre une cuillerée à thé avec du sucre avant le déjeuner, pour éloigner la fièvre", et ainsi de suite. Pas un seul mot sur l'ivresse; l'auteur ne nous parle de l'eau-de-vie que comme remède.

Toutefois, on ne doit pas supposer d'après cela que les Anglais n'avaient pas quantité de moyens de se griser. Pendant longtemps, on les a connus comme prenant rang après les Allemands et les Hollandais pour leur aptitude à boire. Les Saxons et les Danois avaient introduit en Angleterre les mœurs intempérantes des hommes du nord, et la bière et le cidre, l'hydromel fait de miel, étaient aussi efficaces que les boissons plus fortes. Les Normands étaient une race plus raffinée et beaucoup plus tempérante et c'est pour cette raison en grande partie qu'ils conquièrent l'Angleterre si facilement. La nuit qui précéda la bataille de Hastings, d'après ce que disent les chroniqueurs du temps, fut passée par les Saxons à boire copieusement et bruyamment autour de leurs feux de camp. Le lendemain, encore ivres, s'avancèrent insouciantes contre l'ennemi, tandis que les Normands qui avaient passé une nuit tranquille étaient de sang-froid et bien préparés pour la lutte.

Toutefois, leurs habitudes chaugèrent bientôt et ils commencèrent à boire aussi copieusement que leurs prédécesseurs. Sous le règne de Henri I, la nation souffrit une perte malheureuse; son fils aîné, après avoir trop bu de liqueurs, se noya; il venait de se marier avec une princesse de France. Le jeune couple et sa suite retournaient en Angleterre sur une galère, au milieu des réjouissances des deux nations et le vin coulait librement à bord, au point que les matelots s'enivraient. Quand elle approcha du rivage, la galère frappa un écueil et, de toutes les personnes qui étaient à bord, une seule échappa. Le jeune prince, dit-on, avec

Les Meilleures Marques de Vins

- ¶ Nous avons l'avantage de représenter au Canada les plus fortes maisons dans le commerce des Vins — les maisons dont les marques sont réputées dans le monde entier et dont les produits sont strictement maintenus à la hauteur de leur réputation acquise.
- ¶ Nous avons le choix et la qualité.
- ¶ Nos prix méritent l'attention des bons acheteurs, de même que nos Vins commandent celle des bons gourmets.
- ¶ Examinez notre liste, faites votre choix et demandez nos prix.



Blandy Bros,
Real Campanhia Vinicola,
Diez Hermanos,
Garrett et Cie,
G. Oliva et Cie,
Vigneau et Cambours,
Morin Père et Fils,
Piper-Heidsieck,
Union Champenoise,
“ “

Fli Ferrero Ricardo,
Cazalis et Pratts,
F. Dolin et Cie,
Adrien Sarazin,

Madère,
Portugal,
Jerez de la Frontera,
Malaga,
Tarragone,
Bordeaux,
Beaune,
Reims,
“ “

Turin,
Marseille,
Chambéry,
Diion,

Madeira, Sherry et Malaga,
Vins de Porto,
Sherry,
Vins Malaga.
Vins de Messe,
Clarets et Sauternes,
Vins de Bourgogne,
Champagne,
Champagne Cardinal,
Champagne Duc d'Origny,
Vermouth Italien,
Vermouth Français,
Vermouth Français
Vin Tonique Quinquina
Bachus.

 Ecrivez, Téléphonez ou Télégraphiez à nos frais. 

Laporte, Martin & Cie., Ltée

MONTREAL.

sa femme et quelques suivants, avait quitté la galère sur une barque, mais il voulut retourner pour essayer de sauver sa soeur; la barque chavira et tous ceux qu'elle contenait périrent.

Pendant tout le Moyen-Age, on trouve dans les chroniques de Froissart, Hollinshed et autres, des allusions au fait que les Anglais, alors comme maintenant, avaient un verre de bonne bière et de vin également. Sir John Fortescue dit naïvement: "Ils ne boivent pas d'eau, si ce n'est quand ils s'abstiennent de la boisson pour faire pénitence et par principe religieux". En 1498, l'ambassadeur d'Espagne à la cour anglaise écrivait à Ferdinand et à Isabelle pour leur demander que la princesse Catherine d'Aragon, fiancée au prince Henri qui fut plus tard le roi Henri VIII, apprît à boire du vin. C'était un bon conseil de la part du roi et de la reine d'Angleterre qui désiraient que leur future belle-fille sût que l'eau en Angleterre n'était pas buvable et que, même si elle l'était, le climat ne permettrait pas d'en boire. Ce n'était pas seulement les laïques qui avaient l'habitude de boire beaucoup, car il y avait des plaintes constantes sur les habitudes du clergé et des ordres religieux. L'ivrognerie chez les moines et les religieuses fut une des principales excuses du roi Henri VIII pour fermer les monastères. La bonne reine Elizabeth ne réprouvait pas cette pratique, car, dans les récits de sa visite à Kenilworth en 1575, on lit que le comte de Leicester fit mettre en perce 365 "hogsheads" de bière en plus d'un certain nombre de futailles de vin. Vers la fin de son règne, l'habitude de boire prit de plus grandes proportions à cause des mœurs acquises par les volontaires qui étaient allés dans les Pays-Bas. Sous le règne de son successeur, l'Ecosse Jacques Ier, la cour elle-même donna un triste exemple au peuple d'Angleterre. A un grand festin donné par le ministre Cecil en l'honneur du roi et d'un monarque en visite, Christian IV, de Danemark, Jacques Ier fut transporté ivre sur son lit et le roi Christian moins heureux, tombant sous l'influence de l'alcool, insulta grossièrement une des dames présentes. Ces dernières, à leur tour, avant la fin de la soirée, se grisèrent autant que les hommes et, d'après le témoignage d'un témoin, se conduisirent de la manière la plus disgracieuse. La nation devint un peu plus sobre sous le règne suivant et sous le régime du "Commonwealth", pour reprendre des mœurs dissolues après la Restauration. Avec l'accession au trône du roi hollandais Guillaume, en 1683, l'habitude de boire atteignit une phase plus dangereuse que jamais.

A cette époque en effet, le peuple avait enfin appris que l'alcool était enivrant; il avait aussi appris la manière de le faire à bon marché au moyen de grain. Jus-

qu'au XVIIe siècle, toute l'eau-de-vie était faite avec du vin et était par conséquent dispendieuse, mais maintenant, on pouvait la faire avec de la bière et non seulement en France, mais en Suisse et spécialement en Hollande, à Schiedam et dans d'autres villes, de grandes distilleries produisaient d'énormes quantités d'alcool fort et à bon marché. Au commencement du règne de Guillaume et de Marie, on encouragea la création de distilleries similaires en Angleterre, sous prétexte de procurer de l'aide à l'agriculture et, vers le commencement du XVIIIe siècle, toute l'Angleterre fut inondée de genièvre (gin) fabriqué au pays, aussi bien qu'importé, à des prix absurdement bas.

Les résultats furent des plus désastreux. Les rues de Londres étaient garnies de boutiques à gin (gin shops) et on pouvait voir sur ces boutiques des affiches sur lesquelles on lisait: "Ivre pour un penny; ivre-mort pour 2 pence; lunch gratuit." Les effets sur le commun du peuple furent si marqués que toutes les personnes bien pensantes en furent alarmées. Sous le climat humide et tempéré de l'Angleterre, on pouvait boire copieusement du vin ou de la bière et conserver quand même la santé et la faculté de travailler; mais, avec le genièvre, le vice, la pauvreté et la maladie augmentèrent d'une manière si effrayante que le Parlement émit enfin une loi prohibant à peu près son usage.

Cette célèbre loi sur le gin (gin law) passée en 1736 est intéressante en tant que premier coup sévère porté au commerce des liqueurs parmi les nations civilisées. Elle prélevait une taxe de 20 shillings par gallon d'alcool et une licence de 50 livres sterling était exigée de toute personne vendant du gin ou en trafiquant. Comme cette loi devançait l'opinion publique, elle n'eut pas de succès, de même que de nos jours des lois prohibitives plus sévères. En effet, on protesta immédiatement contre cette loi, disant qu'elle taxait le gin du pauvre et laissait libre le vin du riche. Tous les jeux de mots portaient sur cette loi, tous les caricaturistes la mirent à contribution. On chantait des complaintes qui racontaient la mort prochaine de "mother gin". Les boutiques de liqueurs étaient tendues de noir et on y célébrait tumultueusement les obsèques de "Madame Genièvre", et sa résurrection. La veille du jour où la loi fut mise à exécution, il y eut une orgie universelle dans tout le pays. Chacun but tant qu'il put et emporta à la maison autant de gin qu'il put s'en procurer.

Pour tourner la loi, les apothicaires vendaient le gin en fioles et en petits paquets, colorés quelquefois et portant de fausses étiquettes telles que "Eau pour Coliques", "Délices des Dames". Sur ces paquets, des instructions étaient imprimées, par exemple comme celle-ci: "Pre-

nez deux ou trois cuillerées à soupe, trois ou quatre fois par jour, ou aussi souvent que l'attaque vous prendra". Des espions inventaient à chaque instant des embûches pour prendre ceux qui enfreignaient la loi; cette manière de faire était loin d'être du goût des Anglais. En conséquence, ces espions souffrirent à leur tour. Le simple cri "espion pour liqueurs" suffisait à rassembler la foule dans les rues de Londres et l'espion était heureux s'il pouvait s'échapper sans être bien fustigé et sans avoir pris un bain dans la Tamise ou dans la mare la plus proche. En vérité, une telle protestation s'éleva à ce sujet que le ministère devint très peu populaire. La loi n'était plus appliquée deux ou trois années plus tard, et après un essai de sept jours, elle fut grandement modifiée en 1743.

(A suivre).

DANS LE MONDE DES HOTELIERS

MM. Georges Payette & Cie, rue St-Jacques, viennent de faire de considérables améliorations dans leur bar. Un "work board" en argent allemand, et de nouvelles pompes à bière et accessoires ont été fournis par la Hamilton Brass Manfg Co. Ltd.

* * *

MM. Tremblay & Brosseau, 63 rue St-Laurent, viennent de faire installer un nouveau "work board" et de nouvelles pompes à bière dans leur établissement.

* * *

Le restaurant Revere vient d'être réinstallé entièrement à neuf, au coin des rues Ste-Catherine et Bleury, la nouvelle décoration en acajou plein est d'un luxe sévère. Tout le matériel du bar, le "work board" en argent allemand, les pompes à bière, etc., etc., ont été fournis par la Hamilton Brass Manfg. Co.

PERSONNEL

—M. J. Edgard Paterson, de la maison James Ainslie & Co., les grands distillateurs de whiskies, est passé ces jours-ci à Montréal, en route pour l'Ecosse.

—M. Gaston Dugas, propriétaire de la marque de Cognacs bien connus portant ce nom, s'est tout dernièrement embarqué pour la France à bord de l'"Empress of Britain" après avoir passé plusieurs mois au Canada.

REVUE GENERALE

M. L. Chaput, Fils et Cie nous avisent que dans le commerce des liqueurs, les affaires sont assez actives et les paiements suffisants.

* * *

M. George W. Dow, de la maison John Robertson & Son, Ltd., nous avise que les affaires sont très satisfaisantes dans la branche des liqueurs et spiritueux; les paiements sont assez rapides.

== VENDEZ LE ==

GIN DE BURNETT

"LE LONDON DRY ORIGINAL,"
 Absolument le plus Fin!

J. M. Douglas & Co., Seuls Agents au Canada. Montréal.

— DISTILLATEUR DE —

JOSEPH E. SEAGRAM, Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

"Old Times," "White Wheat," "No 83 Rye," "Star Rye."

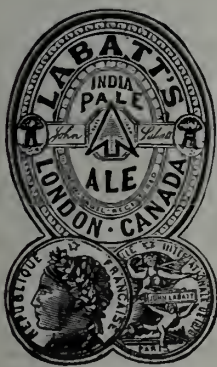
MEAGHER BROS. & CO., Montreal, Agents.

AU COMMERCE

Maintenez votre approvisionnement d'ALE et de
 PORTER de

Labatt's

Vous êtes obligé de les avoir si vous voulez con-
 server vos clients. Si vous leur substituez d'au-
 tres marques, vos clients ne se plaindront peut-
 être pas, mais ils donneront leur clientèle là où
 ils obtiendront ce qu'ils veulent avoir.



LES MEILLEURES
 BIERES DE MALT
 AUPAYS, ET LES
 GENS LE SAVENT.

M. Otto Zepf, directeur gérant de la Freyseng Cork Co., Ltd., nous avise que les affaires sont très actives dans toutes les lignes de la maison: bouchons, capsules, machines pour embouteilleurs, etc., etc. Les paiements sont satisfaisants.

* * *

M. George W. Dow, gérant de MM. John Robertson & Son, Ltd., revient de St-Jean, Nouveau-Brunswick, où il s'était rendu pour ouvrir une agence de la maison qu'il représente.

Cette agence s'occupera du Commerce des Provinces Maritimes où le whisky de MM. John Robertson & Son, Ltd., est bien connu depuis nombre d'années.

* * *

La Hamilton Brass Manfg Co. Ltd, nous avise que le commerce des fournitures de bar est très actif et les paiements satisfaisants.

MM. Laporte, Martin et Cie, Ltée nous avisent que les affaires sont assez satisfaisantes dans le commerce des liqueurs; les paiements sont passables.

L'eau Hiawatha est une des eaux de table les plus agréables et les plus pures qui soient sur le marché. D'un goût exquis, elle se recommande par sa haute teneur en gaz acide carbonique, qui, comme chacun le sait, est un sédatif de l'estomac. La lithine qu'elle contient la rend extrêmement active dans les cas de rhumatismes, de goutte et d'affection des voies urinaires. La facilité avec laquelle elle se mélange à tous les liquides, en fait une boisson également agréable pour le malade et pour l'homme bien portant.

La Hamilton Brass Mfg. Co., Ltd., met actuellement sur le marché, un nouveau Poli à Métaux, le "Magestic", qui offre de nombreux avantages. Il ne contient ni acide, ni poudre pouvant attaquer ou rayer les objets. C'est un poli à l'huile, il préserve donc le métal contre l'humidité.

Il se prépare sous différentes formes: Liquide, en barre et en pâte. Les mêmes fabricants font aussi une poudre à polir l'argent et une préparation pour polir les meubles.

Ce produit est remarquable pour l'entretien des ustensiles de bar.

Un nouvel apéritif est introduit sur le marché canadien par la maison, Laporte, Martin & Cie, l'Apéritif Bacchus, fabriqué par M. Adrien Sarrazin-Javillier, de Dijon, France. Cette maison est ancienne en Bourgogne, ayant été fondée en 1852. L'Apéritif Bacchus est composé de vins vieux de Bourgogne et de plantes saluaires et fortifiantes. Il se boit pur ou étendu d'eau.

Pris avant le repas, le Bacchus prépare et favorise les fonctions de l'estomac. Son usage régulier fait disparaître le manque d'appétit, fortifie le tempérament et entretient la santé. Sa finesse de goût en fait l'apéritif le plus apprécié de tous les gourmets.

Le Champagne Piper-Heidsieck cuvée 1900 est un vin absolument supérieur, l'année 1900 ayant donné des vins d'une finesse et d'une tenue remarquables.

L'embouteillage très soigné est aussi flatteur à l'oeil que le vin lui-même est flatteur au palais. Les connaisseurs n'en seront pas surpris, les produits de la maison Piper-Heidsieck étant connus depuis 1785 pour une perfection qui ne s'est jamais démentie. Ils méritent bien la vieille devise de la maison.

"Passe avant li melior" (Passe avant les meilleurs). Agents: MM. Laporte, Martin & Cie, Ltée.

Où en est votre stock de vins?

La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, qui représente les plus fortes maisons Européennes dans le commerce des vins est prête à coter des prix pour toute la ligne des vins: Claret, Bourgogne, Sauternes, Sherry, Malaga, Madère, Port, Vins de Messe, Vermouths, Champagne, Vins Toniques, etc.

La qualité et les prix méritent l'attention des bons acheteurs.

Des recherches faites par le Département de l'Agriculture des Etats-Unis ont démontré qu'on peut produire de l'alcool au moyen de balle de maïs, en quantité suffisante pour justifier la construction d'une distillerie à proximité d'une fabrique de conserves de maïs. Par une simple fermentation, on a obtenu 11 gallons d'alcool d'une tonne de balle verte et, par une méthode analogue, on a pu tirer 6 gallons d'alcool d'une tonne de tiges vertes de maïs. Les essais ont démontré qu'une tonne de tiges vertes contient environ 240 livres de substances fermentescibles, dont on peut obtenir 100 livres environ d'alcool absolu et 200 livres d'esprit à preuve. Comme un gallon d'alcool pèse un peu moins de 7 livres, cela indique un rendement final de 15 gallons par tonne de tiges vertes.

Claret et Sauternes

La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, a d'excellents vins dans la ligne des Clarets et Sauternes. Elle représente la maison Vigneau et Canibours, de Beaune, qui jouit d'une réputation universelle pour la qualité supérieure de ses vins.

Une liste à consulter

Consultez la liste des vins publiée par la maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal: elle contient les noms des plus fortes maisons dans les différentes lignes. Faites ensuite votre choix et demandez nos prix qui vous plairont comme la qualité de nos marchandises plaira à vos clients.

Plus grand sera le nombre de gens qui sauront qu'un homme est en affaires et qui auront connaissance du genre d'articles qu'il vend, mieux marcheront ses affaires. La publicité est le moyen le plus court et le meilleur de fournir cette information au public. La publicité dans les journaux constitue la meilleure publicité, parce qu'elle communique ces informations à plus de gens, à un coût moindre que n'importe quel autre genre de publicité. C'est là un fait qu'un peu d'observation établira incontestablement.

VINS ET EAUX-DE-VIE

DES CHARENTES

Gaston Dugas & Cie,

Propriétaires-Distillateurs

MATHA, - pres Cognac.

Lalonde & Desroches, Agents,

210, rue St-Paul, Montréal.

Les Hotels et les Restaurants

devraient mettre en stock les Bières suivantes:

Original Pilsner (Bohême) (Brasserie Genossenschafts à Pilsen) un peu amère, légèrement voilée; recommandée par les médecins de Carlsbad aux personnes souffrant d'obésité et de mauvaise digestion.

Wurzburger Hofbrau (Bavière) (brasserie appartenant au roi de Bavière) douce, crémeuse; semblable à l'Extrait de Malt le plus fin.

Kulmbacher Beer (Bavière) (brasserie appartenant à la Première Brasserie de Kulmbach, à Kulmbach), appelée le Bourgogne de toutes les Bières; très brune, crémeuse et pleine de corps.

JOHN KRAUSMANN,

80 Rue St-Jacques, Montréal.

Téléphone, Main 2889.

S. H. Ewing & Sons, Importateurs et
Manufacturiers de

BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de broche d'embouteilleurs, d'Étain en feuilles, de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE		La cse		F. Chauvenet (15)		qts. pts.		Brut Imperial		31.00 33.00	
Ed. Pernod (3)	14.50	"White Cap" (Ultra Sec)	..	22.00	24.00	G. H. Mumm & Co. (6)	qts. pts.
Gemp. Pernod (14)	13.50	"Pink Cap" (Vin des Dames)	..	22.00	24.00	Extra Dry	..	28.00	30.00
Pernod Fils (12)	15.00	"Red Cap" (Extra Sec)	..	21.00	23.00	Selected Brut	..	31.00	33.00
Legier Pernod (13)	14.50	C. Marey & Liger-Bélaire (4)	qts. pts.	Selected Brut .. 1898	..	32.00	34.00
AMERS		La cse		Nuits — rouge	..	17.00	18.50	Selected Brut .. 1895	..	38.00	40.00
Amer Picon (12)	11.00	BOURGOGNES ROUGES		qts. pts.		Extra Dry, paniers 1 doz. $\frac{1}{2}$ B.	..	8.50	..
L. C. F. C. (1)	Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	Extra Dry, paniers 2 doz. $\frac{1}{2}$ B.	..	17.00	..
Jamaica	..	pts.	5.50	Macon	..	6.50	7.50	Piper-Heidsieck (2)	qts. pts. splits
Celery	..	pts.	5.50	Beaujolais	..	8.00	9.00	Sec	..	28.00	30.00
Unicorn (13)		La cse		Beaune	..	8.00	9.00	Brut	..	30.00	32.00
Orange	..	qts.	7.00	"Club"	..	7.00	8.00	Cuvée 1900	..	30.00	32.00 34.00
Angostura	..	"	5.75	Pommard	..	9.00	10.00	Escompte de commerce 10%
Celery	..	"	5.75	Nuits	..	11.00	13.50	Louis Roederer (1)	qts. pts.
Jamaica	..	"	5.75	Chambertin	..	16.00	17.00	Grand Vin sec	..	28.00	30.00
APERITIFS		La cse		Clos de Vougeot	..	20.00	21.00	Vin Extra sec	..	28.00	30.00
Dubonnet (1)	10.00	J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.	Brut spécial Cuvée	..	30.00	32.00
Litres	8.00	Beaune	..	1889	9.00 10.00	Ve Pommery, Fils & Cie (12)	qts. pts.
BIERES		qts. pts.		Pommard	..	1887	11.50 12.50	Sec, ou Extra Sec	..	28.00	30.00
Bass' (4)	..	2.65	1.65	Volnay	..	1889	13.75 14.75	Brut [vin naturel]	..	30.00	32.00
E. & J. Burke's Bottling	..	2.65	1.65	Chambertin	..	1887	18.00 19.00	CLARETS		qts. pts.	
Bass' (4)	..	2.65	1.65	F. Chauvenet (15)	qts. pts.	Barton & Guestier (4)	qts. pts.
C. G. Hibbert's Bottling	..	2.65	1.65	Clos-de-Vougeot	..	25.50	26.50	Floirac	..	5.00	6.00
Bass' (13)	..	2.60	1.60	Chambertin	..	18.50	19.50	Medoc	..	5.25	6.25
W. E. Johnson & Co. "Com-	..	2.60	1.60	Romanée	..	18.50	19.50	Margaux	..	5.50	6.50
pas"	..	2.60	1.60	Corton [Clos-du-Rol]	..	15.50	16.50	St-Julien	..	6.00	7.00
W. E. Johnson & Co.,	..	2.60	1.60	Nuits	..	13.00	14.00	Batailley	..	9.50	10.50
Nips	..	\$1.25	..	Volnay	..	12.50	13.50	Pontet Canet	..	11.00	12.00
Bass' (3)	..	2.60	1.70	Pommard	..	11.50	12.50	Château Leoville	..	20.00	21.00
Read Bros. Dog's Head	..	2.60	1.70	Beaune	..	10.00	11.00	Château Larose	..	20.00	21.00
Bass' (14)	..	2.50	1.60	Moulin-à-Vent, Macon vieux	..	9.00	10.00	Château Margaux	..	24.00	25.00
Monkey Brand	..	2.50	1.60	Supérieur	..	7.00	8.00	Château Lafitte	..	24.00	25.00
Monkey Brand, Nips	..	\$1.10	..	Beaujolais	..	6.50	7.50	Bordeaux Claret Co. (14)	qts. pts.
Bass' (6)	..	2.65	1.65	Macon [Choix]	..	6.50	7.50	Côtes	..	2.50	3.50
Boar's Head	..	2.65	1.65	W. D'Arcourt & Co. (13)	qts. pts.	Bon Paysan	..	2.60	3.60
Bass & Co. (6)	In wood.	Macon	..	4.90	5.75	Bon Bourgeois	..	3.00	4.00
Hhds	..	40.00	..	Pommard	..	5.65	6.50	St-Julien	..	3.50	4.50
Bbbs	..	28.25	..	Nuits St-Georges	..	7.25	8.00	Montferrand	..	4.00	5.00
India Pale, Kilderkins	..	15.00	..	Chambertin	..	8.50	9.50	Château Brûlé	..	5.00	6.00
India Pale, Firkin	..	8.50	..	A. Lalande & Cie (5)	qts. pts.	St. Estèphe	..	6.00	7.00
Machen & Hudson (5)	qts. pts.	Macon	..	4.40	5.40	Pontet Canet	..	8.00	9.00
Marque "Beaver"	..	2.50	1.55	Beaujolais	..	5.00	6.00	J. Calvet & Co. (6)	qts. pts.
Pabst (1)	Pints	Beaune	..	6.00	7.00	St-Vincent	..	3.50	4.50
Export, 10 doz.	..	12.75	..	Pommard	..	6.60	7.60	Medoc	..	4.50	5.50
Blue Ribbon, 10 doz.	..	13.75	..	C. Marey & Liger-Bélaire (4)	qts. pts.	Floirac	..	5.00	6.00
Tennants (6)	..	2.50	1.65	Beaujolais	..	6.25	7.25	Margaux	..	5.50	6.50
BIGARREAUX		qts. pts.		Macon	..	6.50	7.50	Château Lascombe (1)	qts. pts.
L. A. Price (1)	..	8.00	9.00	Beaune	..	6.75	7.75	Margaux	..	2.25	3.00
Bigarreaux au Marasquin	..	8.00	9.00	Pommard	..	8.50	9.50	Faure Frère (3)	qts. pts.
Teyssonneau (12)	..	10.00	6.00	Nuits	..	13.00	14.00	Bon Bourgeois	..	3.00	4.00
Bigarreaux au Marasquin	..	10.00	6.00	Chambertin	..	16.50	17.50	Côtes	..	3.50	4.50
BOURGOGNES BLANCS		qts. pts.		Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.	Bon-Ton	..	4.00	5.00
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	Beaujolais	..	6.00	7.00	St-Emilion	..	4.50	5.50
Chablis	..	8.00	9.00	Macon	..	6.50	7.50	Ch. Dugay	..	6.00	7.00
Chablis, 1889	..	11.75	..	Beaune	..	7.00	8.00	Floirac	..	4.50	5.50
J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.	Pommard	..	8.50	9.50	Medoc	..	5.00	6.00
Chablis	..	11.50	12.50	Nuits	..	10.50	11.50	Margaux	..	5.50	6.50
F. Chauvenet (15)	qts. pts.	Chambertin	..	15.00	16.00	St-Julien	..	6.00	7.00
Montrachet [marq. Guiche]	20.00 10.00	CHAMPAGNES		qts. pts.		Pontet Canet	..	9.00	10.00
Chablis Supérieur	..	7.25	8.25	Victor Clicquot (10)	qts. pts.	Château Gruaud Larose	..	12.00	13.00
W. D'Arcourt & Cie (13)	qts. pts.	Extra Dry & Brut	..	28.00	30.00	Côtes	..	le gallon.	1.00
Chablis	..	7.25	8.00	Fleur de Sillery	..	20.00	22.00	Galibert & Varon (10)	qts. pts.
C. Marey & Liger-Bélaire (4)	qts. pts.	Marechal, Comte d'Erlon	13.00 15.00	Medoc	..	4.00	5.00
Chablis	..	8.50	9.50	Cluny, Père & Fils (13)	qts. pts.	St. Emilion	..	5.00	6.00
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.	Extra Dry	..	20.00	22.00	St. Estèphe	..	6.00	7.00
Chablis	..	8.00	9.00	Comte de St-Aubin (13)	qts. pts.	Pauillac	..	7.00	8.00
Jules Régnier & Cie (14)	qts. pts.	Extra Dry	..	12.00	13.00	St. Julien, Margaux	..	8.00	9.00
Chablis Supérieur	..	8.00	9.00	Duc de Montlouis (1)	qts. pts.	L. Gaudin & Cie (1)	qts. pts.
Chablis Moutonne	..	10.00	11.00	Cuvée Réservee	..	10.00	11.00	St-Julien	..	2.50	3.00
Clos Blanc de Vougeot	..	19.00	20.00	Carte Noire	..	12.50	13.50	St-Estèphe	..	3.00	3.50
BOURGOGNES MOUSSEUX		qts. pts.		Carte D'or	..	14.00	15.00	A. Guilha Frère Aîné (13)	qts. pts.
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	Louis Duvaux (5)	..	13.50	15.00	Bas Médoc	..	3.50	4.00
Bourgogne Mousseux	..	14.00	15.50	Gratien & Meyer (14)	qts. pts.	St-Estèphe	..	4.00	4.50
Beaune	..	16.00	17.00	Caisses ou paniers	..	13.00	14.00	St-Julien	..	6.00	7.00
Nuits	..	18.00	19.00	Heidsieck & Co. (5)	qts. pts.	Pontet-Canet	..	6.50	7.50
Chambertin	..	22.00	23.50	Dry Monopole	..	31.00	33.00	Chat-Batailley	..	7.75	8.75
				Edmond Massé & Fils (19)	qts. pts.	Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts. pts.
				Carte Noire	..	10.00	..	Ordinaire	..	4.00	5.00
				Carte Blanche	..	14.00	..	Château Chamfleur	..	4.00	5.00
				Carte Or	..	20.00	..	St-Loube	..	4.75	5.75
				Mcet & Chandon (7)	qts. pts.	"Club"	..	5.00	6.00
				White Seal	..	28.00	30.00	Medoc	..	5.50	6.50

Margaux..	5.75	6.75
St-Julien..	6.00	7.00
St-Estepne..	7.00	8.00
Château Dauzac..	9.50	10.50
Pontet Canet..	11.00	12.00
Margaux Supérieur..	11.00	12.00
Château Beaucaillou..	15.00	16.00
Château Leoville ..	19.00	20.00
Château Larose ..	19.00	20.00
Château Margaux..	21.00	22.00
Château Lafitte..	22.00	23.00
A. Lalande & Cie. (5)	qts.	pts.
1893 Medoc..	4.40	5.40
1890 Floirac..	4.40	5.40
1889 St-Julien..	4.80	5.80
1893 St-Emillon..	5.20	6.20
1890 St-Estepne..	5.20	6.20
1889 Château Pontet Canet..	6.80	7.80
1889 Château Leoville..	11.00	12.00
1889 Château Lafitte..	14.00	15.00
Léon Pinaud (4)	qts.	pts.
St-Julien ..	2.50	3.50
G. Pradel et Cie (2)	2.75	3.25
P. Vernot (2)	2.75	3.25

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co. (14)	La cse
Manhattan, Martini, Tom Gin,	
Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	
rican..	9.50
G. F. Heublein Bros. "Club" (5)	
Manhattan, Martini, Whiskey,	
Vermouth, Old Tom, ou assortis.	12.75
D. McManamy & Co.'s (18)	La cse
"Saratoga" Manhattan Club Whis-	
key Brandy, Holland Gin ..	8.25

COGNACS

J. Bern et Cie (13)	La cse
3 Stoiles, Etiquette dorée ..	qt. 7.75
3 Etoiles, Etiquette bleue ..	qt. 7.50
Bisquit, Dubouché & Cie (5)	La cse
★ ..	qt. 9.50
10 years old..	qt. 12.25
Old Liqueur ..	20 years old, qt. 16.00
V. S. O. P. ..	55 years old, qt. 45.00
Au gallon..	4.10 à 10.00
J. Borianne (3)	La cse
X X X ..	7.50
Au gallon..	3.75 @ 4.75
Jos. Brémont & Co. (14)	La cse
★★★ ..	quarts 5.50
★★★ ..	flasks 6.50
★★★ ..	1/2 flasks 7.50
Boulestin & Cie (1)	1 cse 5 csces
★★★ ..	qts. 10.50 10.25
★ ..	qts. 12.00 11.75
★ Fluted ..	qts. 12.00 11.75
★ Fluted ..	pts. 13.00 12.75
★ Fluted ..	24 flasks 13.00 12.75
★★★ ..	qts. 15.00 14.75
V. S. O. P. ..	qts. 20.00 19.50
V. V. S. O. P. ..	qts. 28.00 27.50
1846 ..	qts. 45.00
Boutelleau, Fils & Cie (14)	La cse
V. S. O. P. 1858 ..	qt. 18.00
Doctor's Special..	qt. 11.00
V. O. 1875 ..	qt. 13.50
V. V. S. O. P. 1820 ..	qt. 30.00
Marie Brizard et Roger (13)	La cse
Fleur de France, 1 fleur ..	qts. 10.00
Fleur de France, S.O.P. ..	qts. 16.00
Fleur de France, V.S.O.P. ..	qts. 18.00
Fleur de France, C.V. 1858	qts. 25.00
Carlat & Co. (14)	La cse
Quarts ..	6.50
Pints ..	7.50
Jules Coadon & Co. (6)	La cse
12 quarts..	8.00
24 flasks ..	9.90
Au gallon ..	3.90 @ 4.50
Cognac Distillers Association (14)	La cse
★★★ ..	vieux.. 8.50
V. O.	12 ans.. 12.00
V. S. O. P.	20 ans.. 15.00
X. X. O.	1858.. 23.00
	augal
3 grapes ..	vieux 3.75 à 4.00
V. O.	3.95 à 4.15

Comandon & Co. (6)	La cse
Special ..	9.50
Reserve extra ..	10.50
Reserve 1878 ..	12.50
★★ et X. O.	15.00
V. S. O. P.	16.50
Au gallon ..	4.50 7.50
Chs Couturier & Cie (2)	La cse
★★★ ..	7.50
Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks,	
et 1-2 Flasks à avance ordinaire.	

	Au gal.
Quarts, Casks, etc.	3.80 à 4.00
D'Angely (3)	La cse
XXX.....	6.50
Dervos & Cie (1)	1 se 5 csces
Quarts..	8.00 7.75
Pints.....	9.00 8.75
24 flasks n. c.	9.00 8.75

Gaston Dugas & Cie (19)	La cse
Etiquette Blanche ..	8.50
Etiquette Bleu ..	9.00
Naturel ..	10.00
20 ans ..	13.00

En fûts	Le gal.
1 grappe ..	3.65
2 grappes ..	3.75
3 grappes ..	3.85

M. Durand & Cie (1)	La cse
★★★ ..	Qts. 5.50
★★★ ..	Pts. 6.50
★★★ ..	1/2 B. 7.90
16 flasks ..	1.50
24 flasks n. c.	6.00
32 flasks ..	6.75
48 1-2 flasks n. c.	7.00
Par 5 csces, 25c. de moins.	

Lucien Foucauld & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.50
3 Etoiles, 12 Bout.	12.50
"Crown Liqueur" ..	14.00
V. O., 15 ans d'âge ..	16.50
Medico Tonic ..	18.00
V. S. O., 20 ans d'âge ..	20.00
V. S. O. P., 25 ans d'âge ..	24.00
V. V. S. O. P., 30 ans d'âge ..	28.00
1847 ..	45.00

P. Frapin & Cie (3)	La cse
★ ..	qt. 9.50
Medical..	qt. 10.50
20 years old.	qt. 13.00
25 years old.	qt. 16.00
30 years old.	qt. 19.00
Au gallon..	4.00 @ 7.00

Fromy & Rogee (6)	La cse
Medical Reserve ..	10.00
Medical Reserve, V.O.	12.50

Gonzalez, Staub & Cie (1)	La cse
Quarts ..	9.00
Pints ..	10.00
24 Flasks ..	10.00
48 Flasks ..	10.00

1 Etoile ..	Qts. 11.50
3 Etoiles ..	Qts. 14.00
V. S. O.	Qts. 16.50
V. S. O. P.	Qts. 18.25

Jas. Hennessy & Co. (9)	qts. pts.
★ ..	13.00 14.00
★★★ ..	16.00 ..
V. O.	17.25 ..
S. O.	25.00 ..
X. O.	35.00 ..
X. S. O.	45.00 ..
Extra ..	60.00 ..

Jimenez & Lamothe (14)	La cse
★★★ ..	qt. 11.00
V. S. O. P.	qt. 15.00
1890 Muscatel ..	qt. 16.00
1865 Liqueur ..	qt. 18.00
Au gallon..	4.25 à 4.50

Lagrange & Co. (14)	La cse
V. O.	qts. 7.00
V. O.	flasks 8.90
V. O.	1/2 flasks 9.00

F. Marion & Cie (2)	La cse
★★★ ..	Qts. 6.00
Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks,	

Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.

	Au gal.
Quarts, Casks, etc.	3.40 à 3.75
Martell & Co. (4)	La cse
Une Etoile..	qt. 12.75
3 Etoiles..	qt. 16.00
V. O.	qt. 17.25
V. S. O. P.	qt. 18.75
V. V. S. O. P.	qt. 38.00

Jacques Nicot & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.00
2 Etoiles, 12 Bout.	10.00
3 Etoiles, 12 Bout.	11.50
V. O. 12 Bout.	12.00
V. S. O. 12 Bout.	13.00
V. S. O. P. 12 Bout.	14.00
Reserve 1870, 12 Bout.	16.00
Reserve 1865, 12 Bout.	17.00
Reserve 1858, 12 Bout.	18.00
Pour ordres d'importations d'au moins	
30 caisses, s'adresser aux agents.	

Otard, Dupuy & Cie (15)	La cse
Spécial..	qts. 9.50
Une étoile..	qts. 12.00
Deux étoiles.	qts. 14.00
Trois étoiles..	qts. 16.00
V. S. O. P.	qts. 17.50

Parville et Cie (2)	La cse
★★★ ..	12s. qts. 5.00

V. Pinot & Cie (1)	La cse
★★★ ..	qts. 6.00
★★★ ..	pts. 7.00
★★★ ..	1/2 botl. 7.50
V. O.	qts. 7.00
V. O.	pts. 8.00
16 flasks ..	7.00
24 flasks n. c.	6.75
32 flasks ..	7.25
48 1-2 flasks n. c.	7.50
Par 5 csces, 25c. de moins.	

C. Pluchon & Cie (1)	1 cse 5 csces
Quarts ..	7.25 7.00

E. Puet (3)	La cse
★ ..	qts. 9.50
Au gallon..	4.00 @ 7.00

Quantin & Co. (6)	La cse
★★★ ..	qts. 9.50
Au gallon ..	4.25 @ 5.50

Régnier & Cie (14)	La cse
★★★ ..	qts. 5.50
★★★ ..	Flasks 6.50
★★★ ..	1/2 Flasks 7.50

J. Rémy (3)	La cse
Quarts.....	6.50
Flasks ..	7.50
1-2 flasks ..	8.50

Renault & Cie (12)	La cse
★ ..	qts. 10.00
V. O.	qts. 12.00
3 étoiles S. V. O.	qts. 15.00
V. S. O. P.	qts. 21.00
Club..	qts. 18.00
50 Years Old..	qts. 40.00
Au gallon..	4.00 @ 10.00

Fh. Richard (2)	La cse
S. O.	qts. 22.50
20 ans flutes ..	qts. 17.50
V. S. O. P.	qts. 12.25
V. S. O.	qts. 10.50
V. O.	qts. 9.00

Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.

	Au gall.
Richard ..	3.40 à 6.00
John Robertson & Sons, Ltd. (7)	La cse
Denis Mounie et Cie ..	11.50
Clouret & Co.	10.50

Jules Robin & Cie. (4)	La cse
Quarts.....	9.50
24 Flasks..	10.00

Sazerac de Forge & Fils (9)	La cse
Quarts..	9.50
Flasks.....	10.25
Au gallon.....	4.25

J. Sorin et Cie (14)	La cse
Blue Label ..	9.90
Au gallon ..	4.00 à 4.25

EAUX

Apenta Hungarian, Aparient (5)	La cse	
25 Quarts	6.25	
50 Pints	9.50	
Sparkling Splits	5.50	
Apollinaris (5)	La cse	
50 Quarts... .. .	7.50	
100 Pints... .. .	10.50	
100 Splits... .. .	8.50	
S. Birch & Co. (14)	La cse	
Ginger Ale	Bombays 1.35	
Ginger Ale	Splits 0.90	
Soda	Bombays 1.25	
Soda	Splits 0.90	
Cantrell & Cochrane (4)	La doz	
Belfast Ginger Ale.. .. .	1.40	
Club Soda.	1.40	
Seltzer... .. .	1.40	
Potass Water.. .. .	1.40	
	Gal.	
Dry Imperial Ginger Ale	1.50	
Hiawatha (2)		
Naturelle, 1-2 gals.	12s 4.75	
Naturelle, 1-4 gals.	50s 7.50	
Gazeuse	qts. 50s 7.50	
Gazeuse	pts. 100s 10.50	
Gazeuse	splits 100s 8.50	
Libertyville Crystal Spring (1)	La cse	
Quarts. 50 Bout.	7.50	
Pints. 100 Bout.	10.50	
Splits 100 Bout.	8.50	
Schweppe's, de Londres (12)	La doz	
Soda Water Co. Cylindres, pour 2..	1.35	
Soda Water, Bombays.. .. .	pour 3.. 1.50	
Soda Water, Splits.. .. .	pour 1.. 1.10	
Dry Ginger Ale.. .. .	1.35	
Seltzer... .. .	1.40	
Potass Water.. .. .	1.40	
St-Galmier (3)	La cse	
Source Badoit.. .. .	6.00	
St-Galmier (13)	La cse	
Source Romaine	6.50	
Vichy (3)	La cse	
Célestins, Grande Grille, Hôpital,		
Hauterive.. .. .	10.00	
Vichy (13)	La cse	
Source St-Charles	8.00	
Source Aubert	7.50	
Vichy St-Yorre (14)	La cse	
Source St-George.. .. .	7.50	
Bassin de Vichy (1)	La cse	
Source St-Louis	8.00	
Vittel (13)	La cse	
Grande Source	10.50	
Source Salée	10.50	

GINS

Blankenheym & Nolet (14)	La cse	
Marque 'Clef', C'ses Rouges ..	10.50	
Marque 'Clef', C'ses Vertes ..	5.00	
Marque 'Clef', C'ses Violettes ..	5.00	
En cruchons	10.00	
Au gallon	de 3.00 à 3.25	
John de Kuyper & Son (4)	La cse	
Caisses Rouges	15s..... 11.75	
Caisses Vertes.	12s..... 6.25	
Caisses Violettes... .. .	24c..... 5.50	
Au gallon	3.15 à 3.30	
P. Hoppe, "Night Cap" (1)	La cse	
Rouges.. .. .	10.65	
Jaunes.. .. .	11.00	
Vertes	6.25	
Bleues.. .. .	6.00	
Violettes.. .. .	2.50	
Au gallon	3.05 3.25	
P. Hoppe, "Imperial" (1)	La cse	
Rouges.. .. .	10.50	
Vertes	5.00	
Violettes	2.45	
Melchers, de Berthelville (3)	La cse	
Croix Rouge. Caisses Rouges.. ..	11.25	
Croix Rouge. Caisses Vertes. . . .	5.85	
Croix Rouge. Caisses Violettes.. ..	5.00	
J. J. Melchers (3)	La cse	
Honey Suckle, Cruch verre	9.00	
Honey Suckle, Cruch pierre	9.00	

Netherland's Steam Disty. Co. (1)	La cse	
Kiderlen's "Croix d'honneur".		
Caisses Rouges.. .. .	11.00	
Caisses Vertes.. .. .	5.25	
Caisses Violettes.. .. .	4.90	
Cruchons verre—12s 3 gals.	11.75	
Cruchons verre—24s 3 gals.	12.75	
Cruchons verre—12s 5 gals.	17.50	
A. C. A. Nolet, Schiedam (5)	La cse	
Caisses Rouges.. .. .	10.75	
Caisses Vertes.. .. .	5.75	
"The Real" Dry Gin	7.10	
Old John (2)	La cse	
Caisses Rouges	15s 9.75	
Caisses Vertes	12s 5.25	
Caisses Pony	24s 4.50	
Van Duiken Weiland & Cie (13)	La cse	
Bouteilles Noires.		
Violettes, 1-1-2 gallon, 24 Bout.	4.95	
Vertes, 1-1-2 gallon, 12 Bout.	4.95	
Vertes, 2 gallons, 12 Bout.	5.85	
Rouges, 3-1-2 gallons, 15 Bout.	10.75	
Rouges, 4 gallons, 15 Bout.	11.25	
Bouteilles Blanches.		
Violettes, 1-1-2 gallon, 24 Bout.	5.50	
Bleues, 1-1-2 gallon, 12 Bout.	5.25	
Bleues, 2 gallons, 12 Bout.	6.50	
Blanches	6.50	
Jaunes, 3-1-2 gallons, 15 Bout.	11.20	
Jaunes, 4 gallons, 15 Bout.	11.75	

HOCKS

Frederick Krote (14)	qts.	pts.
Sparkling White	16.00	17.00
Sparkling Red	18.00	19.00

LAGERS

Val. Blatz Brewing Co.		
Export	12.00	
Miller Brewing Co. (2)	Le Bri.	
Marque "High Life", 10 doz.	12.50	
Marque "Buffet", 10 doz.	12.90	
Malt Extract, 8 doz.	15.60	

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine (12)	qts.	pts.
12 litres.. .. .	20.00	21.00
Blankenheym & Nolet (14)	qts.	pts.
Anisette	12.00	
Curaçao	11.00	
Kirsch, forêt noire	12.00	
Liqueur Hannapier	18.00	19.00
Petite Chartreuse Jaune	18.00	19.00
Elixir de Spa	15.00	16.00
Briand & Jaquet (1)	La cse	
Cherry Whiskey	7.50	
Blackberry Brandy	7.50	
Cherry Brandy	7.50	
Crème de Menthe Verte	9.00	
Crème de Menthe Blanche	9.00	
Crème de Cassis	9.00	
Curaçao Orange	9.50	
Sirop de Grenadine	7.00	

Marie Brizard & Roger (12)	La cse	
Anisette.. .. .	13.50	
Curaçao, Orange ou Blanc.. .. .	12.50	
Marasquin.. .. .	13.00	
Kummel, Superfin.	12.00	
Kummel Crystallisé.	12.50	
Green Peppermint.. .. .	13.00	
Crème de Menthe, Blanche.. .. .	13.00	
Cherry Cordial	12.50	
Cherry Brandy	12.50	
Blackberry Brandy	12.50	
Kirsch.. .. .	11.00	
Bitter Triple.. .. .	12.00	
Liqueurs assorties.. .. .	12.00	
Crème de Menthe Verte.	13.00	
Crème de Moka.	13.00	
Crème de Cassis	13.00	
Crème de Noyau	13.00	
Eau-de-vie de Dantzik.. .. .	13.00	
Orange Bitters.. .. .	9.50	
Punch au Kirsch.. .. .	11.00	
Peach Brandy	16.00	
Bustanoby Bros.	qts.	pts.
Forbidden Fruit	23.00	

Chartreuse St-Denis (2)	qts.	pts.
Verte	10.50	11.50
Jaune	10.50	11.50
Delizy & Dolstan (3)	qts.	pts.
Curaçao	12.00	
Marasquin	12.00	
Kummel	12.00	
Liqueur jaune	15.00	16.00
Liqueur verte	16.00	17.00
Alex Droz & Cie (12)	qts.	pts.
Crème Cacao-Chouva.. .. .	16.00	17.00
Nelson Dupoy (14)	qts.	pts.
Maraschino	13.00	
Grenadine.. .. .	8.50	
Frémey Fils (12)	qts.	pts.
Cherry Whiskey, [Chesky]	16.00	17.00
Orange Whiskey.. .. .	14.00	
N. Fricquet & Cie (13)	La cse	
Cherry Whisky	12 qts.	8.50
Cherry Brandy	"	8.50
Blackberry Brandy	"	8.50
Peach Brandy	"	9.00
Apricot Brandy	"	9.00
Crème de Menthe	"	9.00
Crème de Menthe Boule, 12 litres	12.00	
Crème de Vocoa	12 qts.	8.50
Crème de Noyau	"	9.00
Kirsch	"	9.00
Kummel	"	9.00
Marasquin	"	9.00
Curaçao	"	10.00
Jules Lamothe (14)	qts.	pts.
Cherry Whiskey	9.00	
Levert & Schudel (14)	qts.	pts.
Marque "Pélican"		
Anisette	12.00	
Crème de Menthe	12.00	
Curaçao	12.00	
Kummel	12.50	
Maraschino	13.00	
Pères Chartreux (13)	La cse	
de Tarragone.		
Liqueur Jaune	12 litres	23.00
Liqueur Jaune	24/2 "	24.50
Liqueur Verte	12 "	27.50
Liqueur Verte	24/2 "	29.00
Melrose Drover Ltd (3)	La cse	
Cherry Whiskey.. .. .	11.00	
Frédéric Mugnier (3)	qts.	pts.
Crème de Menthe Verte... .. .	11.00	
Cherry Brandy.. .. .	11.00	
Cacao l'Hara à la Vanille	12.50	
Kirsch * * *	11.00	
Prunelle de Bourgogne.	12.50	
Crème de Framboises.. .. .	12.25	
Fine Bourgogne, 12 lit.	20.00	
Crème de Cassis.. .. .	11.00	
Fine Bernard.. .. .	15.00	
Grenadine.. .. .	8.50	
Anisette.. .. .	11.00	
Kumel.. .. .	12.00	
J. Sorin & Co. (14)	qts.	pts.
Cherry Whiskey	15.00	
P. Thorne & Sons (14)	qts.	pts.
Apricot Brandy	24.00	
Tournil & Fleury (2)	qts.	pts.
Anisette	8.00	
Crème de Menthe	8.00	
Crème de Cacao	8.00	
Crème de Cassis	8.00	
Curaçao	8.00	
Sirop Grenadine	6.00	
Gabriel Viard, Troyes (10)	12	24/2
	litres	litres
Chartreusette jaune	22.00	24.00
Chartreusette verte	24.00	26.00
Pur Abricot [the genuine]	28.00	30.00
Marasquin, bout. d'origine	22.00	24.00
Viardictine de l'Abbaye St.		
Urbain	20.00	22.00
Curaçao, triple sec	20.00	22.00
Peppermint [Menthe verte]	20.00	22.00
Cassis Imperator	20.00	22.00
Crème de Cacao, Scho... .. .		
à la vanille	20.00	22.00

Crème de Moka	20.00	22.00
Anisette Extra fine, Cru-		
chons ou flacons	20.00	22.00
Curacao quadruple sec .. .	22.00	24.00
Pour ordres d'importation, 25 caisses		
minimum, s'adresser aux agents.		

Wilson (14)	qts.	pts.
Blackberry Brandy.. . . .	9.00	
Hungarian Blackberry Brandy	7.00	
Wallace Cherry Brandy.. . .	9.00	

MADERE

Blandy Bros. (2)	La cse
Very Superior.. . . .	8.50
Special Selected	10.50
London Particular.. . . .	13.00

Cossart, Gordon & Co. (5)	
Au gallon.. . . .	2.50 à 9.00
Rutherford & Browne (15)	
Au gallon.. . . .	de 2.50 @ 10.00

MALAGA

Blandy Bros. (2)	La cse
Etiquette Bleu—pâle-doux. . .	7.50
Etiquette Blanc—pâle.. . . .	10.00

MOSELLE

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Brauenberger.. . . .	9.00	10.00
Piesporter	10.00	11.00
Berncastler Doctor.	15.00	16.00
Crown Sparkling.. . . .	18.50	20.00
Nonpareil Sparkling.. . . .	24.50	26.00

Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Zeltinger	9.00	10.00
Brauenberg.. . . .	12.00	13.00
Pisport	13.50	14.50
Scharzberg—1895.. . . .	18.00	
Sparkling Moselle	20.00	21.50

Frédéric Krote (14)	qts.	pts.
Sparkling	15.00	16.00

Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Winneger	6.00	7.00
Braünberger	8.50	9.50
Sparkling	17.00	18.00
Hocheimer	17.00	18.00
Cabinet	23.00	25.00

P. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Piesporter	8.50	9.50
Zeltinger	9.00	10.00
Braünberger	15.00	16.00
Berncastler Doctor	16.50	17.50

OLD TOM & DRY GINS

Boords (9)	La cse
Old Tom.. . . .	7.25
London Dry.. . . .	7.25

Booth (4)	La cse
London Dry	8.00
Old Tom	8.00

Burnett (15)	La cse
London Dry	7.50
Old Tom	7.50

Club (3)	La cse
Old Tom.. . . .	6.50
Old Tom au gallon	3.00

Cold & Co. (1)	La cse
Sloe Gin	Qts. 10.00
Marque Beaver	Qts. 5.75
Marque Beaver	Pts. 6.75
London Dry	Qts. 6.00
London Dry.. . . .	Pts. 7.00

Colonial (3)	La cse
London Dry.. . . .	6.50

Gordon (12)	La cse
London Dry.. . . .	7.50
Old Tom.. . . .	7.50
Sloe Gin	9.25

Hill's & Underwood (6)	La cse
London Dry	7.50
Old Tom	7.50

Imperial Wine Co. (6)	La cse
London Dry.. . . .	6.50
Old Tom.. . . .	6.50

J. & W. Nicholson & Co. (10)	La cse
Old Tom	8.25

London Dry	8.00
Sloe	12.50
A. C. A. Nolet (5)	La cse
"The Real" Dry Gin	7.10
John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse
Old Tom	7.50
London Dry	7.50
Sloe	11.00

Thorne (14)	La cse
Old Tom.. . . .	7.50
London Dry.. . . .	7.50
Au gallon	3.50

Wilson (14)	La cse
Royal Crown Old Tom.. . . .	6.50
Au gallon.. . . .	2.00 @ 3.00

OPORTO

Blandy Bros. (2)	La cse
Invalid's Special	12.00
Good Fruity	7.50

J. W. Burmester (14)	La cse
Royal.. . . .	5.00
Crusado	6.00
Rich Douro.. . . .	9.00
Fine Old Port Red	11.00
Toreador	12.00
Very Fine Old Port White .. .	12.50
Pinhao	18.00
Emperor	21.00
White Port	12.00
Old Crusted.. . . .	12.00
Royal Blue Label	18.00

Diamond T.	2.50 à 2.60
Two Grapes	2.75 à 2.85
Three Grapes	3.00 à 3.10
Four Diamonds	3.35 à 3.50
Four Grapes	3.60 à 3.75
Three Crowns	4.60 à 4.75

J. M. Caselles y Tarrats (3)	
Au gallon.. . . .	1.00 à 1.50

Cockburn, Smithes & Co. (4)	
Tawny.. . . .	La cse. 16.00
Au gallon.. . . .	2.75 @ 7.00

Croft & Co. (6)	
Au gallon.. . . .	2.40 @ 7.50
A la caisse	7.00 @ 24.00

Robt. Delaro & Co. (2)	
"Antique"	qts. la cse. 7.00

Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse
Pioneer	12.90
Commendador	16.00
Au gallon	\$2.75 à \$ 9.00

Garcia Hijos (2)	
	8.50

Gulmaraens & Co. (6)	
Invalid's Reserve.. . . .	La cse. 7.50
Au gallon.. . . .	2.25 @ 5.50

Hunt, Roope, Teage & Co. (9)	
Au gallon.. . . .	2.00 @ 5.50

Oliva Morez y Ca. (3)	La cse
Old Tawny	5.50

MacKenzie & Co. Ltd. (12)	
Au gallon.. . . .	2.50 @ 10.00

A. Rizat et Cie (2)	
	2.50

Robertson Bros. & Co. (3)	La cse
Medal Port No 1	16.00
Medal Port No 2	13.00
Favorita Oporto	8.00
Au gallon.. . . .	1.50 @ 6.50

Sandeman & Co. (12)	La cse
Superior Old.. . . .	12.00
"Club"	18.00
"1890"	30.00
Au gallon.. . . .	2.50 @ 15.00

T. G. Sandeman & Sons (5)	
Au gallon.. . . .	2.75 @ 9.00

Silva & Cosens (15)	La cse
Dow's Admiral.. . . .	16.50
Dow's Toreador	9.50
Au gallon.. . . .	2.50 @ 14.00

Manual Tosta (2)	La cse
	6.50

Wiese & Krohn (10)

Tinto Novo	gallon	1.50
Caisse 12 qts.		5.50
Tinto Novo No 1	gallon	2.15
Ligitimo No 1	gallon	3.90
Caisse 12 qts.		7.50
Particulier	gallon	3.50
Invalid Port	cse 12 qts.	10.00
T. Ventura & Co. (2)		4.50
E. Yzaguirre (5)	Le Gal.	
Three Grapes		1.50

PORTER ANGLAIS

Guinness (3)	qts.	pts.
Read Bros. "Dog Head"...	2.60	1.65
Guinness' (14)	qts.	pts.
Monkey Brand	2.50	1.60
Monkey Brand Nips		1.10
Guinness' (4)	qts.	pts.
E. & J. Burke, bottling.. . .	2.60	1.65

W. E. Johnson & Co. (13)	qts.	pts.
Marque Compass	2.55	1.65
Machen & Co. (6)		
Marque Pelican	2.50	1.60
Machen & Hudson (5)		
Marque "Beaver"	2.50	1.50

RHUMS

Boivin, Wilson & Cie (3)	qts.	pts.
Black Joe	8.00	9.00
No 7.. . . .	7.00	8.00
Marie Brizard & Roger (12)	qts.	pts.
Ste-Croix.. . . .	12.00	
P. S. Clément.. . . .	11.00	
Jamaïque au gallon.. . . .	5.00	

E. & J. Burke (4)	qts.	pts.
Jamaica.. . . .	9.50	

Dandicolle & Gaudin (1)	qts.	pts.
Lion	8.00	9.50
Royal	0.00	11.00
St-Marc	0.00	9.50

Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Kaiopa Habitation	10.50	12.50
Vieux Rhum	12.00	14.00
Carmencita (Jamaica)	13.00	15.00

H. G. Kewney & Co. (5)	qts.	pts.
Old London Dock—1Etoile .. .	7.75	
Old London Dock—3 Etoiles .. .	8.75	

Navy Reserve (6)	qts.	pts.
Jamaica		9.00

John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse
Jamaica Rum	10.50

J. B. Sherriff & Co. (9)		
Marque "Bell"	9.00	
Marque "Bell", 36 o. p. au		
gallon.. . . .	5.00	
Marque "Blue Star", 36		
o. p. au gallon.. . . .	4.75	

Thorne (14)	qts.	pts.
Marque "Lion"	8.50	10.50
Liquid Sunshine	9.50	10.50

Turner (2)	La cse
Quarts	7.00
Pints	8.00
½ Pints	9.00

SAUTERNES

Barton & Guestier (4)	qts.	pts.
Haut Sauternes	12.50	13.50
Graves	6.00	7.00
Barsac.. . . .	8.75	9.75
Château Yquem.. . . .	24.00	25.00

J. Calvet & Cie (6)	qts.	pts.
Graves.. . . .	5.25	6.25
Sauternes.. . . .	5.50	6.50
Haut Sauternes	1901..	11.50 12.50

Faure Frères (3)	qts.	pts.
Sauterne.. . . .	4.00	5.00
Sauterne.. . . .	5.00	6.00
Haut Sauterne.. . . .	8.00	9.00
Château Barsac.. . . .	6.50	7.50
Château Yquem.. . . .	15.00	16.00

Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Graves	4.00	5.00
Barsac	7.00	8.00
Haut Sauternes	8.00	9.00
Château Yquem	18.00	19.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts.	pts.
Ordinaire	5.50	6.50
Haut Sauternes	9.00	10.30
A. Guilhou Frère Aîné (13)	qts.	pts.
Sauternes	4.50	5.25
Haut Sauternes	5.00	6.00
Graves Martillac	6.00	7.00
Jimenez & Lamothe (14)	qts.	pts.
Sauternes	5.00	6.00
Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts.	pts.
Barsac	6.00	7.00
Sauternes	6.00	7.00
Graves	6.00	7.00
Haut Sauternes	11.50	12.50
Château Yquem	20.00	21.00
A. Lalande & Cie (5)	qts.	pts.
1890 Graves	4.80	5.80
1888 Barsac	5.20	6.20
Lecompte & Morel (2)	2.75	3.25
Vigneau & Cambours (2)	3.50	4.00
Gustave Vigneron (1)	3.00	4.00

SHERRIES

Blandy Bros. (2)	La cse
Manzanilla	8.50
Amoroso	11.00
J. M. Caselais y Tarrats (3)	
Au gallon	1.00 à 1.50
F. W. Cosens & Co.	
Au gallon	de 2.00 @ 10.00
Richard Davies (9)	
Au gallon	1.50 @ 5.00
Pedro Domacq (5) au gallon	1.25 @ 9.00
Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse
Emperador	16.00
Corona	12.00
D. Goni Feuerheerd (7)	
Caisses	16.00
Au gallon	3.00 à 9.00
Manuel Gamboa Ramirez (6)	
Au gallon	1.25 @ 4.50
A la caisse	4.50 @ 12.00
Jose Gomez (2)	La cse 8.50
Corona	12.00
Gonzalez & Byass (14)	La cse
Christiana Dry	10.00
Idolo Seco	12.00
	Au gal
Pendon	2.00
Claro	2.50
Giralda	3.00
Old Brown	3.25
Fino	3.75
Amontillado	4.00
Vino de Pasto	4.00
Oloroso	4.25
Las Torres	4.50
Victorioso	5.50
Jubilee	6.00
P. Juanito & Co. (2)	La cse 6.50
M. Misa (4) au gallon	1.50 @ 6.00
Oliva Morez y Ca. (3)	La cse
Golden Sherry	5.50
Mackenzie & Co. Ltd. (12)	
Au gallon	1.50 @ 10.00
Robertson Bros. & Co. (3)	La cse
Amontillado	16.00
Manzanilla	13.00
Oloroso	8.00
Au gallon	1.75 @ 7.50
Sanchez Hermanos (2)	La cse 4.50
Sanderman Buck & Co. (Julian Pémartin)	
(12)	La cse
Pale Dry	12.00
Montilla Fino, very dry	12.00
"Club"	18.00
Selected Old	36.00

"Jubilee"	50.00
Au gallon	de 1.50 @ 10.00
Sob. de Vda X. Harmony y Ca. (13)	La cse
Pedro Ximenez	\$12.00
Vin Sherry, gallon	0.90 à \$8.00
A. R. Valdespino & Co. (6)	
Au gallon	de 1.25 @ 6.50
A la caisse	de 5.00 @ 15.00
B. Vergara (9)	
Au gallon	1.50 @ 4.50

SPARKLING SAUMUR

Ackerman-Laurance (15)	qts.	pts.
"Dry-Royal"	15.75	16.75
½ qts. paniers 1 doz ; pa-		
quets de 4 paniers	18.00	

TARRAGONES

Darichez M. (4) au gallon.	1.00 à 3.00
----------------------------	-------------

VERMOUTH

Dolin Chamberizette (2)	8.00
Cte Chazalette & Co. (3)	7.00
E. Martinazzi & Co. (Italien) (1)	5.75
Noilly, Prat & Co. (12)	7.00
Freund Bailor & Co. (Italien) (12)	6.75
P. Ricardo Forino (2)	6.50

VIN DE GINGEMBRE

Boivin, Wilson & Cie (3)	La cse
Quarts	4.50
Au gallon	1.20
Cold & Co. (1)	qts. 4.00
Au gallon	0.85 à 1.25

VIN DU RHIN

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Laubenheimer	7.00	8.00
Nierstein	8.50	9.50
Rudesheim	15.50	16.50
Liebfraumilch	17.00	18.00
Hockheim	18.00	19.00
Marcobrunn	21.50	
Johannisberg	25.00	
inwein [cruchons]	11.00	12.00
Sparkling Hock	17.50	19.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Laubenheimer	7.00	8.00
Bodenheim	7.50	8.50
Nierstein	8.50	9.50
Steinwein in Boxbeutel	11.00	
Rudesheim	15.00	16.00
Liebfraumilch	15.00	16.00
Giesenheim	16.00	17.00
Hochheim	18.00	19.00
Johannisberg	21.00	22.00
Claus Johannisberg—1893	30.00	
Sparkling Hock	18.00	19.50
Frederick Krote (14)	qts.	pts.
Laubenheimer	6.00	7.00
Nierstein	6.75	7.75
Rudesheim	10.00	11.00
Hochheim	10.00	11.00
Steinwein	11.00	12.00
Liebfraumilch	14.50	15.50
Johannisberger	17.00	18.00
Royal Scharzberg	20.00	21.00
Sparkling Hock, blanc	16.00	17.00
Sparkling Hock, rouge	18.00	19.00

Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Bodenheimer	6.00
Hohnheimer	6.50
Laubenheimer	7.00
Nierstein	8.00
Oppenheimer	9.00
Hochheimberg	9.50
Johannisberg	15.00
F. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Laubenheimer	7.50	8.50
Nierstein	9.00	10.00
Rudesheim	12.50	13.50
Liebfraumilch—1893	18.50	19.50
Johannisberger—1893	25.00	26.00

VINS TONQUES

Castro (5)	La cse
1 Seal port	5.00
3 Seal port	6.00
Dubonnet (1)	La cse
Litres	10.00

Red-Heart (15)	9.00
Vin Mariani (14)	10.00
Vin St-Michel (3)	8.50
Wilson's Invalid's Port (14)	8.00

WHISKEYS AMERICAINS

Wilson (14)	La cse
Bourbon Gold Lion	10.00
Old Valley	qts. 12.50
Old Valley	1-2 flasks 16.00

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye (1)	La cse
Screw top, 16 flasks	6.00
Screw top, 24 flasks	6.25
Screw top, 48 flasks	7.25
Glass stop, 24 flasks	6.50
Glass stop, 48 flasks	7.50

Perfection Brand Rye (1)	La cse
Amber	12 qts. 5.00
Glass stop, 32 flasks. Amber ..	6.00
Rock & Rye	12 qts. 7.00
Rock & Rye	24 flks 8.00

Parker's (9) High Wines 50 o. p. gal.	
En quarts	3.90
En 1-2 quarts	3.95
Quantités moindres	4.00

Jos. E. Seagram (16)	La cse
"Star" Rye	qts.
"Star" Rye	Flasks, 32s.
"Star" Rye	Flasks, 64s.
White Wheat	qts.
White Wheat	Flasks, 32s.
No. "83" Rye	qts.
No. "83" Rye	Flasks, 16s.

Unicorn (13)	La cse
Quarts	6.00
24 Flasks	6.50
48-½ Flasks	7.50

Hiram Walker & Sons	se
Canadian Club, 5	10.00
Canadian Club	Flasks, 16s. 10.50
Canadian Club	Flasks, 32s. 11.00
Imperial	qts. 7.50
Imperial	Flasks 16s. 8.00
Imperial	½ Flasks 32s. 8.50

	au gal.
Canadian Club—5 years old	4.00
Imperial	2.80
Rye	25 U. P. 2.25
Malt	25 U. P. 2.25

Wilson (14)	La cse
Empire Rye	qts. 8.00
Empire Rye	flasks. 9.00
Empire Rye	½ flasks. 10.00
Empire Rye	32 flasks 8.00
Liquid Sunshine	qts. 6.00
Liquid Sunshine	Flasks 7.00
Liquid Sunshine	1-2 Flasks 8.00
Liquid Sunshine	32 Flasks 7.00
Etoffe du Pays	qts. 6.00
Moonlight	qts. 6.00
Moonlight	Flasks 16s. 6.50
Moonlight	Flasks 32s. 7.00
Moonlight	Flasks 36s. 7.25
Moonlight	Flasks 64s. 8.00

J. P. Wiser & Sons, Ltd. (17)	
Recreation	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 5.00
12 Flks.	Imp. qts. 7.00
16 Flks.	Imp. pts. 5.50
32 Flks.	Imp. ½ qts. 6.00
36 Flks.	Travellers 6.00

Canada Whiskey	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 7.00
20 Flks.	Imp. pts. 8.50
32 Flks.	Imp. ½ pts. 8.00
60 Flks.	Imp. ½ pts. 8.00
Red Letter	La cse

12 Bout. Rondes	qts. 8.00
Whiskey Clair	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 5.00

H. Corby Distillery Co., Ltd.	La cse
I. X. L.	qts. 8.07
I. X. L.	Imp. Pts. 16s. 8.00

I. X. L.	Flasks 32s.	8.25
1. X. L.	Miniatures 54s.	4.50
Old Dominion	qts.	8.00
Old Dominion	Imp. Pts. 16s.	8.00
Old Dominion	Miniatures 54s.	4.50
Canadian Rye	qts.	5.40
Canadian Rye	Imp. Pts. 16s.	6.00
Canadian Rye	Flasks 32s.	6.00
S. B. Rye (Special Blend)	qts.	7.00
S. B. Rye (Sp. Blend) Imp. Pts. 16s.		7.50
S. B. Rye (Sp. Blend) Flasks 32s.		7.50
S. B. Rye (Sp. Blend)	Min. 54s.	4.50
Whiskey Blanc	qts.	5.50
Whiskey Blanc	Imp. Pts. 16s.	6.25
Whiskey Blanc	Flasks 32s.	6.00

WHISKEY ECOSSAIS

James Ainslie & Co. (1)	1 cse 5 cses	
Ainslie Liqueur		13.00
Ainslie Special Liqueur		16.00
Ainslie All Malt Liqueur		15.00
O'Gilvie, quarts.		7.00
O'Gilvie, 24 flasks.		7.75
O'Gilvie, Imperial quarts. . . .		9.50
Ainslie, Yellow label.		9.00
Ainslie, Ord. flasks.		10.25
Ainslie, Imperial quarts		13.50
Ainslie, White label		9.75
Ainslie, Special.		10.50
Ainslie, Extra Special.		12.50
Ainslie, Clynelish [Smoky]. 13.00		
John Begg (13)	La cse	
Capsule rouge		9.50
Capsule blanche		10.50
Capsule bleue		12.50
Special Reserve		18.00
Big Ben (1)	1 se 5 cses	
Quarts [10 years old]		11.00 10.75
Bulloch, Lade & Co. (4)	La cse	
Loch Katrine.	qts.	7.50
Loch Katrine	32 Flasks.	9.50
Loch Katrine. Imp. Qt. Flasks. . .		11.00
Special White Label.		9.50
Extra Special Gold Label. . . .		11.00
Brae Mar Special (14)	La cse	
Quarts		8.00
Flasks		9.00
1-2 Flasks		10.00
32 Flasks		9.00
Bruce, Wallace & Co. (14)	La cse	
Imperial quarts		10.50
Reputed quarts		7.00
24 Flasks		8.00
48 Flasks		9.00
48 Flasks (10 oz.)		14.00
Burns, Leslie & Co. (14)	La cse	
Glennil.	qts.	6.00
Loch Carron (14)	La cse	
Imperial quarts		10.00
Reputed quarts		6.50
24 Flasks		7.50
48 Flasks		8.50
Robt. Dale & Co. (2)	La cse	
Quarts	12s	5.00
Flasks	24s	6.00
1/2 Flasks	48s	7.00
Peter Dawson (3)	La cse	
Perfection.		9.75
Special.		10.50
Extra Special.		9.50
Liqueur.		12.25
Old Curio, 20 years old		15.00
Au gallon.	4.00 @	7.00
John Dewar & Sons, Ltd. (15)	La cse	
Dominion Blend.	qts.	8.75
"Special".	qts.	9.25
Blue Label.	qts.	9.75
Special Liqueur [W. Label] qts.		12.50
Extra Special Liqueur. . . .	qts.	16.50
5 cses d'une sorte ou assorties, 25c la cse en moins.		
Alex. Ferguson & Co. (10)	La cse	
Fine et vieille liqueur 20 ans d'âge		15.00
Club Liqueur		13.50

P. & O. Special Liqueur, 10 ans	10.00
K. T.	9.50
Glennil (14)	La cse
Imperial quarts	9.50
Reputed quarts	6.00
24 Flasks	7.00
48 Flasks	8.00
Greenless Bros. (14)	La cse
King Edward VII. Ext. Sp. qts.	9.50
King Edward VII. Sp. Liq. qts.	12.00
Dunblain pure grain	8.75
Dunblain pure malt	8.75
Real Antique pure Highland . .	16.00
King Edward VII	4.75 à 5.00
V. O. Extra Sp.	4.00 à 4.50
Haig & Haig (14)	La cse
★★★.	9.50
★★★★.	13.00
Bleu Blanc Rouge.	9.50
Pinched Bottles.	14.00
Pinched Bottles Wired	16.00
Au gallon	4.25 à 4.50
Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse
Hay's finest.	Sq. qts. 7.75
Hay's old	Rd qts. 6.75
Hay's old.	24 flasks 7.50
Hay's old	32 sq. flasks 7.50
Hay's old	Imp. qts. flasks 10.00
D. Hellbron (14)	La cse
Hillburn Blend.	qts. 8.90
Hilburn Blend	Imp. qts. 11.00
Hillburn Blend	Imp. pts. 12.00
King's Liqueur, 10 years qts.	10.00
King's Liqueur, 20 years . . .	13.00
Au gallon	4.00 à 4.25
John Hopkins & Co. (5)	La cse
"Old Mull" Blend.	9.50
"Navy Liqueur" V. O. S. . . .	12.00
House of Lords (14)	La cse
Melrose, Drover & Co. (3)	Legal.
1 étoile.	4.00
2 étoiles.	4.25
3 étoiles.	4.50
4 ét.	4.75
5 étoiles	5.00
A. Macmurdo & Co. (14)	La cse
Imperial quarts	8.50
Reputed quarts	5.50
24 Flasks	6.50
48 Flasks	7.50
Mitchell Bros. (2)	La cse
Mullmore 12 Btles.	qts. 6.50
Mullmore 24s	pts. 7.50
Mullmore 48s	1/2 flks. 9.00
Mullmore 24 Imp. qts. Flasks . .	10.00
Glen Ogle 12 Btles rdes	qts. 8.00
Heather Dew 12 Btles. rdes qts.	8.00
Heather Dew 12 Imp. Flks. qts.	11.25
Heather Dew 10 oz. Flks. . . .	12.00
Special Reserve 12 Btles. rdes.	9.00
Special Reserve Pts. 24s	10.00
Special Reserve Imp. Flks. 24s	11.75
Finest Old Scotch 12 Btles. rds.	12.50
Grey Beard Stone Jars	12.50
E. S. L. Decanters	9.50
E. S. L.	qts. 9.50
White Star Liqueur	qts. 10.50
Old Scotch Proof.	Au gal. 3.50
Heather Dew	3.45 à 4.00
Sepecial Res. Scotch Proof . . .	4.00
Special Res.	3.50 à 4.50
Extra Spec. Liqueur	4.75 à 5.00
Wallace Moir (3)	La cse
Imperial Quarts.	12.00
Alex. McArthur & Co. (3)	La cse
Quarts	7.50
Flasks	8.50
Imp. Quarts	11.00
James McNeil (1)	La cse
Imperial Oval.	qts. 8.00
Quarts.	6.00
Pints.	7.00

24 flasks, Screw top.	7.00
32 flasks, Screw top.	7.50
48½ flasks, Screw top	8.00
5 cses à la fois, 25c. en moins.	
Ian McPherson (6)	le gal
Craigdhu.	10 O. P. 4.00
Dhuloch	9 O. P. 4.10
Special Blend.	8 O. P. 4.25
Special Blend.	15 U. P. 3.75
John Robertson & Son, Ltd. (7)	Legal.
	Droits payés
No 1—Fine Old	3.43
No 2—"Special"	3.68
No 3—Old Highland	3.96
No 4—Old Dundee	4.28
No 5—Old Private John	4.71
No 6—Liqueur	5.16
No 8—Dundee Finest	5.96
	La cse.
Private Stock John Robertson	12.50
J. R. D. "Star"	9.50
Duncan McIntosh	8.25
Robertson, Sanderson & Co. (6)	
"Glenleith" [8 years old]. la cse.	9.00
"Glenleith"	5 O. P. le gal. 4.75
"Glenleith"	15 U. P. le gal. 4.00
"Grand Spécial"	9.00
"Mountain Dew," full flavor. cse.	9.50
	la cse
"Mountain Dew," cruchons terre.	8 Imp. qts. 12.00
"Mountain Dew," cruchons terre,	12 Imp. qts. 13.00
"Mountain Dew," 4 O. P. le gal.	4.75
Special Liqueur	[15 years old]. 12.50
Old Private Stock, [20 years old].	17.50
John Ben-Royal Lochnagar (13)	La cse
O.	9.50
OOO.	10.00
J. B. Sherriff & Co. (9)	La cse
Old Islay.	10.00
V. O. Islay.	10.25
Islay, 10 o. p. au gallon. . . .	4.25
Islay V. O. preuve, au gallon. .	5.25
Stuart, Campbell & Co. (3)	La cse
Quarts.	6.50
Flasks	7.50
1/2 Flasks.	8.50
Imperial Quarts.	9.50
Tammany (14)	qts. 8.75
R. Thorne & Sons	La cse
Scotch Arms	10.00
Antique Liqueur, 20 years . . .	12.00
Au gallon	4.50
John Walker & Sons (12)	La cse
Kilmarnock.	10.00
Wilson (14)	La cse
Braê-Mar.	qts. 8.00
Braê-Mar.	flasks. 9.00
Braê-Mar.	1/2 flasks. 10.00
Wilson's (14)	La cse
V. V. O. Quarts	8.00
V. V. O. Flasks	9.00
V. V. O. 1-2 Flasks	10.00
	WHISKEY IRLANDAIS
E. & J. Burke (4)	La cse
Quarts.	8.50
Imperial Quart flasks	12.00
Findlater (14)	La cse
A 1.	9.50
Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse
Hay's Old	Rd qts. 6.75
Hay's Old.	24 flasks. 7.50
Hay's Old	32 flasks. 7.50
Hay's Old	Imp. qt. flasks. 10.00
D. Hellbron & Sons (14)	La cse
Old Irish	Imp. quarts 11.00
Innishannon (14)	La cse
Quarts	6.50
Flasks	7.50
1-2 Flasks	8.50
John Jameson & Son (5)	La cse
1 étoile	9.50
3 étoiles.	11.25

William Jameson (12)	La cse		Au gal.	Old Bushmill (14)	La cse
1 harpe... ..	9.75	Old Irish	3.65 à 4.00	★★★... ..	12.00
3 harpes... ..	10.75	Special Irish	4.75 à 5.00	Special Malt... ..	10.50
McConnell's (1)	La cse	Wm. O'Brone & Sons (1)	La cse	Au gallon	4.50
★	Qts. 9.00	12 Imperial Oval Quarts	9.00	George Roe & Co. (12)	La cse
★★★	Qts. 10.75	12 Ordinary Quarts	6.50	★	9.75
Special Liqueurs	Qts. 12.50	24 Pints	7.50	★★★	10.75
Mitchell Bros. Ltd. (2)	La cse	24 Flasks, stoppers	7.50	Kilkenny (3)	6.50
Old Irish Imp. Qts. 12s. ..	11.00	48 1-2 Flasks, stoppers	8.50	St-Kevin (3)	8.00
Old Irish 12 Btles. rdes ..	Qts. 6.50	O'Brien (14)	La cse	Kilkenny (3)	6.50
Old Irish Pts. 24s	8.00	Imperial quarts	10.50	Wilsons' (14)	La cse
Old Irish Flasks 10 oz. ..	12.00	Reputed quarts	7.00	3 Horns	qts. 6.00
Spec. Old Irish Imp. Pts. Flks.	11.75	Flasks	8.00	3 Horns	Flasks 7.00
Cruiskeen Lawn Stone Jars ..	12.50	1-2 Flasks	9.00	3 Horns	1-2 Flasks 8.00
Cruiskeen Lawn, Imp. Qts. Flks	11.50				

—Clef à la liste précédente—

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante.

- | | | |
|----------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| 1. L. Chaput, Fils et Cie. | 7. John Robertson & Son, Ltd. | 13. D. Masson et Cie. |
| 2. Laporte, Martin et Cie. | 8. Hiram, Walker & Sons. | 14. L. A. Wilson & Co. |
| 3. Boivin, Wilson et Cie. | 9. Gillespies & Co. | 15. J. M. Douglas & Co. |
| 4. John Hope & Co. | 10. Bernard & Laporte. | 16. Jos. E. Seagram. |
| 5. W. R. Wonham & Sons. | 11. H. Corby Co. | 17. J. P. Wiser & Sons. |
| 6. S. B. Townsend & Co. | 12. Law, Young & Co. | 18. D. McManamy & Co. |
| | | 19. Gaston Dugas & Cie. |

LA VALEUR COMMERCIALE DU TEMPS

Je crois qu'un grand nombre d'agents perdent leur temps, le matin, au bureau et qu'ils ne partent pas aussi promptement qu'ils devraient le faire pour se rendre sur leurs territoires respectifs. Le matin est le meilleur moment de la journée. L'agent et les clients sont en meilleure disposition d'esprit. Si vous désirez passer du temps à parler, employez-y la dernière partie de l'après-midi; mais non la première partie de la matinée, surtout quand les matinées sont belles et que tout le monde se sent en bonne humeur.

Nous avons signalé ces choses un grand nombre de fois dans le passé, dit M. Hugh Chalmers, vice-président et gérant général de la "National Cash Register Co.", et j'espère que nos gérants de districts et de bureaux verront à ce que les agents ne passent pas trop de temps dans les bureaux. Je pense que quelquefois on se figure être très occupé, parce qu'on parle à quelqu'un, quand, en réalité, on ne fait que perdre du temps.

L'agent qui réussit—celui qui économise de l'argent—n'est pas l'homme qui se tient constamment dans le bureau ou qui perd du temps, quand il est dehors. Apprenez à faire les affaires rapidement.

Certains hommes couvrent deux fois plus de territoire que d'autres, parce qu'ils connaissent la valeur du temps. Leur jugement en affaires leur indique la manière de faire le meilleur usage de leur temps. Ce sont ces hommes-là qui tirent de forts chèques. Mettez à profit chaque minute quand vous êtes en affaires.

TROP DE ROUTINE EST NUISIBLE

Je connais une maison de commerce qui a perdu récemment un de ses meilleurs vendeurs, à cause d'un carnet de dépenses et de son attachement à des coutumes routinières, dit un auteur dans "Selling Magazine". Ce vendeur était payé un prix élevé et ses services étaient sollicités. Il convint de couvrir un certain territoire et, si ce territoire lui convenait, il devait signer un contrat de trois ans. Quand il fut prêt à partir, le caissier de l'établissement lui remit un carnet de dépenses, où toutes les dépenses imaginables étaient inscrites, avec instruction qu'à la fin de chaque semaine, sur réception de son carnet de dépenses, il recevrait un chèque pour ses dépenses de la semaine suivante. On lui remit ensuite un formulaire sur lequel il devait inscrire le nom de chaque personne qu'il serait allé voir chaque jour et, au cas où

il n'aurait pas fait de vente, il devait en donner la raison. Il y avait encore une foule d'autres choses de routine exigées inutilement.

Le vendeur fut démonté et en même temps se trouva insulté; il alla trouver le chef de la maison et lui dit: "Monsieur, vous avez retenu mes services pour vendre des marchandises. C'est mon métier et je l'ai fait avec succès pendant dix ans. Je ne suis ni teneur de livres, ni comptable, sans quoi, j'aurais demandé à remplir cette position. Si vous n'avez pas confiance en mon intégrité, pourquoi avez-vous sollicité mes services? Je serai heureux de m'occuper de vos intérêts de mon mieux en vous communiquant les renseignements importants; mais quant à rendre un compte détaillé de mes dépenses et faire un rapport tel que celui sur lequel votre caissier insiste, je ne le ferai jamais".

La maison de commerce s'entêta dans ses exigences et le lendemain, le vendeur signait un contrat avec une autre maison, à raison de \$5,000 par an avec privilège d'étendre le contrat à cinq ans et d'une augmentation de salaire.

Les bonnes mœurs et la morale sont des amies jurées et de formes alliées.—(Watts.)



NOUVELLES DE LA HAVANE

Les ventes qui ont eu lieu de bonne heure dans le mois de juin montrent que les affaires se sont améliorées et qu'il y a une assez bonne demande pour la nouvelle feuille de Vuelta Abajo et de Partido qui a été mise sur le marché. Bien que les manufacturiers de Tampa et de Key West se plaignent des prix élevés, il semble toutefois qu'ils en soient venus à la conclusion qu'il est bien meilleur pour eux d'avoir un stock suffisant pour toute la saison que d'acheter parcimonieusement au jour le jour, auquel cas ils pourraient être forcés de payer les mêmes prix élevés pour des marchandises inférieures à celles qu'ils pourraient obtenir maintenant.

Il est évident que pour cela ils doivent faire des contrats pour livraison future, car les tabacs n'arrivent qu'en petites quantités et très peu de lots sont assortis. Bien qu'évidemment la nouvelle récolte de Vuelta Abajo ait produit d'excellent tabac, il y aura une proportion assez considérable de marchandises inférieures. Quant à ce qui concerne les Remedios, on dit que la récolte 1907 comprend des tabacs excellents, de fine qualité, des feuilles de bonnes dimensions et parfaitement saines qui promettent de bien sécher et qui probablement pourront être employées par les manufacturiers pendant l'hiver et au commencement du printemps 1908. Si tel est le cas, les hauts prix pourraient être justifiés. D'autre part, il y a aussi une assez grande quantité de tabac inférieur et les acheteurs qui auront acheté du tabac de cette catégorie à haut prix maudiront sans doute le jour où ils ont permis à leur acheteur d'en acheter. Un acheteur aurait dit que bien qu'il regrettât d'avoir eu à payer des prix assez élevés, qu'il s'attendait ne rien gagner et que peut-être il pût perdre de l'argent sur son achat, il a été forcé de marcher afin de protéger les intérêts de ses clients qui s'adresseraient à lui cet automne pour obtenir du tabac. Il reste à savoir si les manufacturiers et les marchands achèteront ou n'achèteront pas de ce tabac. Les anciens stocks de Remedios ayant une feuille plus claire semblent trouver faveur auprès de certains manufacturiers de l'Ouest et il ne serait pas surprenant

que les quelques stocks restant en premières mains soient achetés finalement.

* * *

La situation du marché de tabac en feuilles, en tant que les emballages sont concernés, ne fait que s'améliorer graduellement, car malgré le peu de pluie qu'il y a eu dans le pays, ces pluies ne peuvent pas être comparées à celles qui ont lieu généralement dans la saison des pluies, saison qui se produit habituellement dans le mois de mai ou au plus tard au commencement de juin. Il semble presque qu'il y ait quelque chose de détraqué dans la nature, car après une période de sécheresse si prolongée, il était naturel de s'attendre à des pluies excessives, mais rien de ce genre ne s'est produit. L'atmosphère humide, constante, qui règne d'habitude en cette saison, et qui est absolument nécessaire pour la préparation convenable de la feuille de tabac, manque aussi, car il y a eu trop de journées de sécheresse entre lesquels se sont intercalées quelques journées d'humidité, ce qui ne convient pas. Le tabac de Vuelta Abajo, bien que sa croissance ait bénéficié de la pluie tombée le 20 février, a été endommagé en même temps, car la pluie au lieu de venir du Sud est venue du Nord-ouest; cette pluie donne aux feuilles un aspect maladif. Bien qu'il y ait sans aucun doute une partie de la récolte de Vuelta Abajo, cette année, de qualité supérieure, il y a aussi une proportion assez forte de tabac jaune et malade, comme on l'appelle, ce qui aura pour résultat que la quantité de bon tabac sera excessivement faible.

* * *

L'approvisionnement de cigares diminue peu à peu sur le marché local; les fumeurs de cigares de certaines marques et de certaines grosseurs doivent prendre d'autres marques et des cigares d'une grosseur quelconque et, grâce à leur connaissance des circonstances, ils ne sont pas aussi difficiles au sujet de la couleur ou du prix que pendant les saisons normales. Telle est la situation au point de vue des fumeurs; mais au point de vue de l'homme d'affaires, le tableau est d'un caractère beaucoup plus sérieux. En ef-

fet, 21,000 hommes occupés par l'industrie du tabac sont restés sans travail, sans autre moyen de subsistance. Une autre armée d'un nombre d'hommes presque aussi grand a été également affectée; c'est celle des personnes qui vivent de l'industrie des cigares, telles que fabricants de boîtes à cigares, exportateurs de cigares, etc. Le commerce dans chaque ligne s'est ressenti des effets de la grève. Maintenant, la grève est terminée et les diverses manufactures ont été réouvertes le 15 et le 16 du mois dernier. Les manufacturiers se sont décidés à offrir aux ouvriers une augmentation de 10 pour cent en or espagnol, ce qui est un peu moins que ce que les ouvriers demandaient, augmentation payée en monnaie américaine; mais le compromis fut accepté et la longue grève fut terminée. On croit à la Havane que cet acte de la part du commerce des cigares est une indication de l'adoption sous peu de la monnaie américaine à Cuba.

* * *

Le journal "El Tabaco" de Cuba dit ce qui suit, à la date du 9 juillet:

Le marché, pendant la quinzaine écoulée, n'a pas eu un aspect meilleur et le mouvement des stocks ne peut pas être estimé comme bon relativement aux années précédentes. La cueillette des feuilles, à cause de la sécheresse prolongée, est quelque peu retardée et la feuille de la récolte de cette année a besoin d'une période plus longue de fermentation parce qu'elle est lourde; cette feuille doit rester plus longtemps en balle avant qu'elle soit dans une condition convenable pour être travaillée. En conséquence, les manufacturiers locaux s'abstiennent de faire de forts achats en tabac en feuilles, et dernièrement on n'a enregistré aucune transaction. De même, les acheteurs du nord hésitent beaucoup à faire de forts achats et ils ne veulent pas s'aventurer plus loin pendant qu'ils ne peuvent pas choisir les qualités de tabac qu'ils désirent principalement et, pour cette raison, ils attendent des conditions plus favorables. En règle générale, les marchands sont opposés à la vente du tabac de basse qualité, à moins que les acheteurs ne prennent les bales de dessus (top bales), ce que les ache-

teurs du nord ne se soucient pas le faire, car ils ne peuvent pas facilement les utiliser. Les circonstances me portent à croire que les transactions ne seront pas très actives et que notre marche ne prendra pas une activité raisonnable avant le mois de septembre ; mais on pense qu'à cette époque tout le tabac des Vegas et tous les lots de qualité recommandable trouveront un aisé débouché.

* * *

Bien que les prix des qualités inférieures soient élevés cette année, la portion saine ne coûtera relativement pas autant que certaines personnes le pensaient au début de la saison. J'ai vu du tabac pour intérieur de cigares de Vuelta Abajo de la même origine qui, avec les "Caperos" et "Capas" était offert à des prix légèrement au-dessus de ceux qui avaient cours l'année dernière pour des marchandises de la même sorte et, comme l'opinion de certaines personnes est en général que le tabac de cette année donnera des résultats meilleurs aux manufacturiers, cela doit aussi être pris en considération. L'arôme de cette récolte est aussi très supérieur et la feuille en général est d'une qualité meilleure à Vuelta Abajo qu'elle ne l'a été pendant plusieurs années. Si on recherche les défauts, le seul qu'on puisse probablement trouver est la rareté de feuilles légères pour l'intérieur des cigares. Les feuilles jaunes, en raison de la substance qui s'attache à la feuille de cette qualité cette année, sécheront bien et leur couleur désagréable pourra disparaître complètement après que le tabac aura fini de fermenter dans les balles. La récolte de partidos est excellente et la seule plainte que l'on fasse concerne la très petite proportion de feuilles pour intérieurs de cigares. On ne peut rien dire encore au sujet de la récolte de Remedios ou de celle de Vuelta Arriba ; les quelques balles reçues jusqu'à présent de ce district ne peuvent pas être considérées comme un vrai type de la récolte et il faut encore attendre que les maisons d'emballage commencent leur travail d'une manière plus générale.

LE PAIEMENT DES DETTES ET LE SUCCES EN AFFAIRES

On demandait à un homme, d'affaires qui avait atteint au plus grand succès de nommer les causes auxquelles il attribuait sa prospérité constante. Il répondit : "Beaucoup de choses sont à considérer dans une affaire payante ; mais j'en considère une comme la véritable clef de voûte d'une maison de commerce. Au début de ma carrière je résolus de me faire la réputation d'un prompt payeur. Je me suis arrangé pour toujours payer promptement et souvent aux dé-

pens d'une affaire tentante qui n'aurait pu être faite qu'en déviant de la ligne de conduite que je m'étais tracée. Je crois que j'ai eu raison. J'ai pu faire des achats à meilleur marché que mes rivaux—je ne laisse jamais échapper les occasions spéciales et, ce qui est encore mieux, j'ai été exempt de cet anxiété qui engourdit les efforts et décourage ceux qui luttent constamment contre les dettes. J'ai pu consacrer toute mon énergie à me procurer des marchandises de bonne qualité."

C'est du sens commun, remarque un confrère. Le monde contracte des dettes trop facilement et a de la difficulté à en sortir. Tout homme qui contracte une dette doit payer le tribut exigé par ses créanciers. Il ne peut leur échapper que par un effort extraordinaire ou par une faillite déshonorante. Il y a, ou il devrait y avoir, dans tout commerce une marge de profit qui permette au propriétaire de payer ce qu'il doit au fur et à mesure. Si cela est fait, même aux dépens du confort actuel, tout se passera bien et les années amèneront sûrement la récompense due.

EXPORTATIONS DE CIGARES DE LA HAVANE

Les chiffres suivants extraits des rapports des douanes cubaines, indiquent le nombre de cigares exportés du port de la Havane dans les divers parties du monde pendant la deuxième quinzaine du mois de juin et la première quinzaine du mois de juillet :

	Cigares.
Grande-Bretagne	169,635
Etats-Unis	117,825
Canada	38,500
Allemagne	18,650
Divers pays d'Afrique	13,900
France	9,000
Espagne	3,975
Total	370,585
Du 1er jan. au 15 juin	64,439,990
Du 1er jan. au 30 juin	64,810,575
Période correspondante 1906	124,797,363
Diminution en 1907	59,986,788

	Cigares.
Etats-Unis	210,649
Grande-Bretagne	170,900
Canada	98,500
Chili	6,500
Panama	5,450
Iles Canaries	3,000
Espagne	2,000
Equateur	1,500
Total	498,499
Du 1er jan. au 30 juin	64,810,575
Du 1er jan. au 15 juillet	65,309,074
Période correspondante 1906	134,553,719
Diminution en 1907	69,244,645

PRODUCTION DU TABAC DANS ONTARIO

Au cours des douze dernières années, la production du tabac dans les comtés d'Essex et de Kent, province d'Ontario, a augmenté énormément. Le "Post" de Leamington donne quelques détails intéressants, dont nous extrayons les renseignements suivants, dit "Canadian Cigar and Tobacco Journal".

Années.	Production totale.	Rendement moyen.
1895	60,000	975
1896	80,000	950
1897	600,000	1,000
1898	4,750,000	1,000
1899	2,000,000	900
1900	3,250,000	1,050
1901	2,500,000	950
1902	1,500,000	700
1903	3,250,000	1,025
1904	5,500,000	1,100
1905	6,500,000	1,175
1906	7,500,000	1,250

Pour les quatre dernières années, on remarquera que, non seulement la production moyenne a augmenté beaucoup, les chiffres de l'année dernière étant plus du double de ceux de 1903, mais que le rendement moyen a offert une augmentation marquée. Ce dernier fait est excessivement satisfaisant, car il fait ressortir, sans aucun doute, le fait qu'avec de l'expérience les cultivateurs peuvent peu à peu produire un meilleur rendement par acre. L'année 1897 a vu le plus haut prix qui ait jamais été atteint, bien que l'année 1904 figure bien au second rang. Les chiffres moyens pour 1897, 1903 et 1904 sont identiques, ce sont les plus hauts qui aient été atteints au cours des douze années.

C'est maintenant la province d'Ontario qui détient le record pour le rendement par acre du tabac Burley. L'état du Kentucky n'ayant qu'un rendement de 870 livres par acre tandis que celui de l'Ontario est de 1,250 livres. Le sol dans cette dernière province est lourd, convient très bien à la culture du tabac et cela, combiné avec l'expérience acquise maintenant par les cultivateurs, a produit l'augmentation de la production moyenne.

La très forte production de l'année dernière a laissé entre les mains des manufacturiers de forts stocks de tabac et, en conséquence, la superficie plantée en tabac dans le comté d'Essex n'atteint pas, cette année, la moitié de ce qu'elle était l'année dernière. Jusqu'à présent, la récolte a bonne apparence et promet d'avoir de la qualité et d'être abondante. Cet état de choses est encourageant et, quand à une année où la production a été très forte succède une année où cette production a été régularisée convenablement, la situation peut être décrite comme extrêmement satisfaisante. L'avenir de la culture du tabac en Ontario est évidem-

ment brillant et tant qu'on aura soin de la culture et de la proportion du rendement annuel, il n'y aura aucun obstacle à d'autres progrès dans l'avenir.

DE LA MANIÈRE D'APPROCHER UN CLIENT

Un homme qui entre dans une maison d'affaires et entame la conversation en demandant à son client s'il est occupé, viole tous les principes de l'art du vendeur. L'effet nuisible de cette entrée en matière gît dans la conclusion que l'homme d'affaires en tirera invariablement. Demander à l'acheteur s'il est occupé signifie que vous êtes parfaitement disposé à attendre qu'il ait un moment de libre, avant que vous ne commenciez à parler de ce que vous avez à vendre. Le client en conclut que ce que vous allez lui proposer n'est pas d'une très grande importance, et que vous pouvez très bien attendre qu'il ait le temps de vous écouter à loisir. L'homme d'affaires, à notre époque, du matin au soir, des devoirs qui lui prennent tout son temps, et, quand on lui demande s'il est occupé ou non, cette question doit lui sembler absurde à l'extrême. Le vendeur expérimenté commet rarement cette erreur; mais pour les jeunes vendeurs ayant moins d'expérience, il semble que ce soit le moyen le plus logique d'entrer en conversation. Personne ne voudrait donner des conseils à un vendeur expérimenté sur ce qu'il doit dire en entrant dans une place d'affaires; mais il n'est pas hors de propos de dire à l'homme qui fait son apprentissage du métier de vendeur que son attitude envers son client devrait être celle d'un homme occupé s'adressant à un autre homme occupé pour lui parler d'une chose assez importante pour qu'elle retienne pour le moment l'attention des deux parties.

LA FABRICATION DES CIGARETTES EN CHINE

Le vice-consul général des États-Unis envoie la description suivante d'une manufacture de cigarettes nouvellement établie à Newchwang, port de Mandchourie, dit "Tobacco":

"Un important manufacturier de Newchwang établit, il y a quelques mois, au coût de \$33,000, une manufacture moderne de cigarettes. Deux machines à fabriquer les cigarettes, de fabrication japonaise, furent installées et, bien que la production actuelle ne soit que de 100,000 cigarettes, ces machines peuvent en faire 140,000 par jour. Deux autres machines, revenant à \$17,000 seront bientôt installées et on pense doubler ainsi la production.

"Au début des opérations de la manufacture, tout le personnel ouvrier était

composé de Chinois. Pendant un certain temps les affaires furent faites à perte, et le propriétaire, soupçonnant les contre-maîtres chinois, les congédia et les remplaça par des Japonais. Depuis, la manufacture rapporte un bon profit. Quatre genres de cigarettes y sont fabriqués: ce sont les marques Tower, Gold Dragon, Goldfish et Two Butterflies, qui se vendent respectivement à 88, 83, 66 et 44 cents en or par boîte; les boîtes Tower contiennent 400 cigarettes, les autres en contiennent 500.

"Les cartonnages sont lithographiés en couleurs et faits au Japon. Le lettrage est presque entièrement en Anglais; à l'envers du paquet, il y a quelques caractères chinois. La manufacture est connue sous le nom de Te Fang Cigarette Co.

"Le tabac employé pour les trois meilleures variétés est du tabac américain acheté d'importateurs chinois du sud de la Chine. Le contre-maître japonais m'informa que tout le tabac américain employé était du tabac en feuilles de la Caroline du Nord. La qualité de cigarettes au meilleur marché faite dans cette manufacture est la variété Two Butterflies et le tabac qui y est employé est un mélange de feuilles chinoises et américaines.

"On peut remarquer que le propriétaire de cette manufacture est un des commerçants chinois les plus riches de la province, comme il a un fort capital à sa disposition, il est possible qu'il devienne un facteur très important dans l'industrie de la cigarette en Mandchourie. La manufacture Te Fang emploie environ 80 ouvriers, pour la plupart de jeunes garçons. Les salaires varient de \$1 à \$1.65 par mois pour les garçons et de \$3.60 à \$5.50 par mois pour les ouvriers plus expérimentés. Ces salaires comprennent la nourriture, deux repas par jour.

"Un garçon, au début, reçoit \$1 par mois; au bout de trois semaines, il reçoit une augmentation et, au bout de trois mois, s'il est bon ouvrier, il reçoit le salaire limite de \$3 par mois. Les hommes reçoivent \$3.60 pour commencer, et cette augmentation est graduellement augmentée jusqu'à la limite de \$5.50.

"La manufacture est dirigée d'une manière bien réglée, et ses environnements sont d'une propreté surprenante. Les machines à couper, à sécher et à refroidir sont modernes et de fabrication japonaise. Le succès de la manufacture est entièrement attribué aux surveillants japonais, qui sont des ouvriers très énergiques et qui comprennent parfaitement les ouvriers chinois et leurs méthodes. Les Japonais sont des experts dans la fabrication des cigarettes, ayant passé quelques années au service du gouvernement japonais qui a le monopole de cette fabrication."

L'UTILITÉ DU TABAC

Depuis longtemps le tabac est reconnu comme une nécessité et non comme un objet de luxe pour les manoeuvres — cette catégorie d'hommes de peine employés aux travaux publics — et surtout lorsque les gens de cette catégorie sont renfermés. Tous les établissements pénitenciers et autres institutions similaires ont reconnu ce fait. Dans les asiles d'aliénés on fournit même du tabac à certains patients. Le tabac fourni dans ces conditions n'est pas un don gracieux, pas plus que ne le serait la distribution de café. L'usage de ces stimulants du système nerveux, de ces narcotiques, peu importe le nom sous lequel on les désigne, peut être nuisible à la santé; mais les êtres humains, tels qu'ils sont constitués, et principalement ceux de la classe en question, se sont habitués à cet usage et, quand ils sont enfermés, ces choses sont pour eux à la fois nourritures et boisson, elles constituent des provisions dont devraient être pourvues les stations de quarantaine.

Personnel

—M. J. O. Laporte, autrefois de MM. Bernard & Laporte, de Montréal, vient d'accepter la position de gérant des ventes et de voyageur de la Eastern Cigar Co., de Mariville, manufacturiers des cigares "Sir Wilfrid" et "Gilt Edge."

La maison Jos. Côté, importateur et marchand de tabac en gros, rue St-Paul, Québec, vient de terminer de grandes améliorations commencées depuis le 15 mars dernier. Ces changements consistent en l'agrandissement de l'établissement, la classification des marchandises en différents départements, ce qui donnera un service beaucoup plus rapide. Au premier étage qui a une superficie de près de 5,000 pieds, se trouvent de magnifiques bureaux bien éclairés ainsi que le département des articles pour fumeurs. Au deuxième, se trouvent les départements de tabac en feuilles, de biscuits et de confiseries. Le troisième étage sert pour diverses lignes, telles qu'allumettes de toutes sortes, primes données avec différentes marques de cigares, etc.

En un mot, nous pouvons dire sans exagérer que cette maison est la mieux organisée au Canada pour le commerce d'articles de fumeurs.

Les cigares manufacturés par la Emporium Co., de St-Hyacinthe, sont, pour le prix, tout ce qu'un fumeur peut espérer de mieux. Le cigare "Emporium", à 10 cents et le cigare "Mont Pelée", à 5 cents sont fabriqués par des ouvriers habiles avec des tabacs bien choisis et bien préparés.

Ces deux marques doivent entrer en stock chez tous les hôteliers et les tabacconistes qui veulent être certains de donner à leurs clients la meilleure valeur pour leur argent. La chose est tellement vraie qu'on est certain de les trouver dans les meilleurs hôtels et dans tous les magasins de tabac bien achalandés. L'exemple est bon à suivre.

Jos. Côté, Québec

La maison Jos. Côté, tablie à Québec en 1887, dont les bureaux sont situés 106-188 rue St-Paul, et les entrepôts, 119 rue St-André, est une des plus importantes du Canada dans le commerce de gros des tabacs, cigares, pipes et autres articles pour tabacconistes. Elle fait une spécialité des tabacs en feuille du Canada et son chiffre d'affaires dans cette branche dépasse celui de n'importe quelle autre maison.

A part des lignes de cigares importés, la maison a également un très fort assortiment de cigarettes égyptiennes et américaines.

Elle contrôle les marques suivantes qui ont une grande vogue dans tout le Canada.

'El Sergeant', cigare à 10 cts; "St-Louis" et "Champlain," cigares à 5 cts, ainsi que les tabacs en paquets Petit-Havane-Côté et Quesnel-Côté.

La maison a six voyageurs qui parcourent toute l'étendue du Canada.

Pendant le printemps actuel d'importants travaux d'agrandissements ont été faits; deux immenses salles ont été ajoutées à l'établissement, l'une pour la conservation des tabacs et cigares et l'autre spécialement réservée aux pipes.

Pour donner une idée de l'importance de ce dernier département, on nous dit qu'il y a en stock 3000 grosses de pipes à tige en caoutchouc et autant à bouts en ambre avec ou sans étui.

En outre de ces lignes, la maison Jos. Côté tient encore des lignes complètes de biscuits et de confiseries, chocolats, etc., venant des meilleurs fabricants du monde entier.

LE TABAC ET LES MICROBES

Des expériences dignes de remarque, concernant l'usage de la fumée de tabac pour la destruction des bacilles, sont relatées par le docteur M. B. Arnold, dans le journal "The Lancet". De la fumée aspirée d'une pipe pendant cinq minutes, passait sur des tubes de culture contenant des bacilles, d'abord d'une espèce, puis d'une autre; ces expériences furent répétées cinq fois.

D'autres tubes inoculés et préservés contre la fumée, furent gardés comme tubes de contrôle. Le docteur Arnold fit porter ses essais sur la fumée de foin et celle de tabac de diverses espèces, depuis le tabac "navy cut" à bon marché jusqu'aux mélanges plus dispendieux. La fumée de tous les divers tabacs tuait les bactéries et apparemment à un degré égal. Voici ce que dit le docteur Arnold: Les résultats observés dans les tubes enfumés peuvent être résumés comme suit:

1. Le bacille de la diphtérie était toujours affecté d'une manière marquée. Quelquefois il ne se développait pas du tout, mais dans quelques cas, il y avait un faible développement. Cela s'est produit aussi bien pour les tubes soumis à la fumée de foin que pour ceux soumis à la fumée de tabac.

2. Le bacille de la fièvre typhoïde se

développait, mais beaucoup moins que dans les tubes de contrôle.

Dans certains cas, on ne pouvait distinguer au microscope aucun signe de développement au bout de vingt-quatre heures.

3. Le bacille "colli communis" se développait assez bien, quoique beaucoup moins que dans les tubes de contrôle.

4. Le bacille "staphylococcus pyrogenes aureus" était à peine affecté, sauf dans une expérience avec de la fumée de foin.

5. Dans une expérience sur un "strep-tococcus, aucun développement ne se manifesta dans les tubes enfumés.

J'en suis donc venu à la conclusion que la fumée de tabac aspirée dans la bouche est très nuisible au développement de certains organismes pathogènes, mais ne l'est pas plus et l'est plutôt moins que la fumée provenant d'autres sources. Je voudrais qu'il soit bien compris que je cite cela simplement comme un fait d'observation et non comme un argument en faveur de l'usage du tabac".

"Oui, Talleyrand," disait un jour Napoléon à son ministre, "Je suis le maître de l'Europe, parce que je travaille plus que tout autre homme sur le continent. Le meilleur indice de la puissance, c'est la capacité de travail et une conviction intense de sa nécessité." — (System.)

LES CIGARES

EMPORIUM A 10c.

— ET —

MONT PELEE A 5c.

Font leur chemin dans les meilleurs Hôtels et Restaurants. Les Tabacconistes soucieux de leurs intérêts les ont en stock.

Pourquoi ne tiendriez-vous pas les deux Meilleurs Cigares pour le Prix? . . .

The Emporium Cigar Co.,
ST-HYACINTHE, QUE.

Essayez seulement

LE CIGARE

PAPA

A 10 Cents

LE CIGARE DE QUALITÉ

Fabriqué par

L. N. HADD,

115, rue St-François-Xavier, - - MONTREAL.

Telephone Bell: Main 4581.



Une affiche intéressante et bien placée

Un des meilleurs endroits de Montréal pour la réclame extérieure est certainement le mur de l'Hôtel St. James. Cet hôtel est placé tout près de la station du Grand-Tronc.

Nous donnons ci-dessus le dessin très Lien approprié qui décore cette muraille entière et qui ne peut manquer d'attirer l'oeil et l'attention des milliers de personnes qui arrivent ou partent par la Gare du Grand-Tronc.

LE TRAITEMENT D'UNE PIPE NEUVE

On peut faire disparaître le goût particulier d'une pipe neuve en procédant de la manière suivante:

Prenez du brandy, du whisky ou du rhum (ce dernier de préférence, parce qu'il laisse un goût légèrement aromatique), bouchiez le bout du tuyau avec une allumette-bougie, remplissez presque complètement le fourneau d'alcool et laissez reposer pendant cinq ou dix minutes : videz le fourneau et, quand il est sec, remplissez-le à moitié de tabac et fumez. L'alcool dissout tout les corps gras et bientôt vous trouvez plaisir à fumer vo-

tre pipe neuve. Le charbonnage que l'on constate sur les vieilles pipes se forme à l'intérieur et tout autour du fourneau, de haut en bas; ce charbonnage constitue, jusqu'à un certain point, le traitement de la pipe. Mais si cette croûte n'est pas dérangée, elle remplit à tel point la partie supérieure du fourneau que le tabac brûle mal dans la partie inférieure, et est généralement humide; de plus la capacité de la pipe se trouve réduite. On peut éviter en grande partie cet inconvénient en ne remplissant qu'à moitié la pipe les douze premières fois que l'on se sert d'une pipe neuve. Enlevez de temps à autre la croûte qui se forme en haut. Quand une pipe devient trop juteuse—point sur lequel les

opinions et les goûts varient considérablement—il est bon de la laisser reposer quelque temps et d'en employer une autre, puis de laisser reposer cette dernière et de reprendre la première qu'on trouvera généralement très douce à fumer. Si on a fait d'une pipe un trop grand usage au début, on peut trouver qu'elle pique un peu la langue; il n'y a qu'à la nettoyer. Pour le faire rapidement, si vous disposez d'une bouilloire, attachez la pipe de manière qu'un jet de vapeur la traverse; la pipe sera nettoyée en deux minutes; mais il faut avoir soin de ne pas dévisser le bout du tuyau, car il serait difficile de le remettre en place. Frottez ensuite le bois avec un peu d'huile douce pour lui rendre son poli.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA			Durham —			En tins, 1/8s.		
Cigarettes.			En sacs, 1/12s, btes 5 lbs.			Pqts, 1/4s, btes 6 lbs.		
Par mille			En sacs, 1/6s, btes 5 lbs.			En jares, 1 lb.		
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00		En drums, 1 lb.	1.00		Tabacs Ogden		
Pet, 1/10.	12.00		Virginie — drums, 1 lb.	1.25		La lb.		
Sweet Caporal, en boîtes de 10.	8.50		Unique —			Beeswing —		
Athlete, boîtes de 10 ou pqts 10s	8.50		Pqts, 1/15s, boîtes 5 lbs.65		Tins décorées, 1s.		
Old Judge, en boîtes de 10s.	8.50		Pqts, 1 lb, boîtes 5 lbs.61		1/2 lb. tins, 4 lb. cartoons.		
Majestic, 20s.	8.25		Pqts, 1/2 lb., boîtes 5 lbs.60		1/4 lb. tins, 4 lb. cartoons.		
New Light, [tout tabac] 10s.	8.50		Lord Stanley — tins, 1/2 lb.	1.05		1-8 pcks. 1 lb. cartoons.		
Sub Rosa [tout tabac]	8.50		Hand Cut Virginia — tins, 1/4 lb.	1.00		1-16 pcks. 1 lb. cartoons.		
Derby en pqts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55		Duke's Mixture —			Ogden's Navy Mixture —		
Old Gold, 6 (600) 3.78; 1/10s.	6.30		Pqts, 1/10 lb, cartoons 2 lb.82		1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.		
Prince, 7, [700] 4.02; 10s.	5.75		Perique Mixture —			Turret Navy Cut —		
Sweet Sixteen, pqts, 7s, 4.02; 10s.	5.75		En tins, 1 lb. et 1/2 lb.	1.15		1/4 lb. tins, 5 lb. cartoons.		
Murad, Turques, bouts en papier	12.00		Athlete Smoking Mixture —			Mild.		
Mogul, Turques, bouts en papier	12.00		1/2 and 1/4 lb. tins.	1.35		Medium.		
Mogul Magnums, bouts en papier.	16.00		Pure Perique —			Full.		
Dardanellès [Turques] bouts en papier	12.25		1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.	1.75		1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00		St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins & 1/10 sacs.	1.20		Mild.		
Yildiz Magnums, Bouts en papier, en liège ou en or, 10s. et 100s.	20.00		P. X X X —			Medium.		
Virginia Brights, bte de 600, 3.50	5.83		1 lb. tins.95		Full.		
High Admiral, 10s.	7.00		1/2 lb. tins.	1.00		1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
Gloria, 7s [700] 4.02; 10s.	5.75		1/5 tins.	1.00		Mild.		
Guinea Gold.	12.00		Handy Cut Plug —			Medium.		
Otto de Rose, 10s.	12.50		1/5 pouches, 5 lbs boxes.90		Full.		
Tabacs à cigarettes.			1/2 lb. jars.90		Tabacs américains à fumer		
La lb.			Old Virginia —			La lb.		
B. C. No 1, pqts, 1/12, btes 5 lbs.	1.00		1 lb. tins.78		Pride of Virginia —		
Puritan, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00		1/2 lb. tins.80		1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons.		
Athlete, paquets ou boîtes, 1-12, boîtes 5 lbs.	1.05		1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes.72		Old English Curve Cut —		
Derby, en tins, 1/4s.95		1 lb. & 1/2 lb. pcks, 5 lb. boxes.72		1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons.		
Vanity Fair, pqts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.20		Morning Dew Flake Cut —			Bull Durham —		
Sultana, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00		1-10 pcks, 5 lb. boxes.82		1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb. cartoons.		
" 1/2 & 1 lb, pqts, btes 5 lbs.	.96		1-6 tins.	1.00		Duke's Mixture —		
Gloria, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00		1/2 lb. tins.94		1-10 bags, 5 lbs. cartoons.		
Southern Straight Cut, paquets, 1/12s, btes 5 lbs.85		1-5 bags.88		Richmond Gem Curly Cut —		
Old Judge, pqts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.45		Blue Star —			1-8 pcks, 5 lbs. cartoons.		
Sweet Caporal, pqts 1/13s, btes 2 lbs.	1.15		1-12 pcks, 5 lb. boxes.83		1-4 pcks, 2 lbs. cartoons.		
Houde's Straight Cut No 1, pqts, 1/12s, boîtes 5 lbs.	1.00		Favorite — 1/2 lb. tins.69		Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —		
Dufferin, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00		Champaign Cut Plug —			1 lb. pcks, 5 lb. drums.		
Le Caporal, pqts, 1/12s, btes 5 lbs	1.00		1-10 pcks, 5 lb. boxes.80		Tabacs américains à chiquer plugs		
Harem [Turque], pqts, 1/16s, btes 5 lbs.	1.35		1-5 tins.	1.00		Battle Ax — 12 lbs caddies.		
Kiosk [Turque], paquets, 1/16.	1.92		1/2 lb. tins.96		Piper Heidsieck—10 lbs caddies.		
Tabacs coupés à fumer.			Khaki —			Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.		
La lb.			1-5 tins.	1.00		Horseshoe — 12 lbs. caddies.		
Old Chum —			1/2 lb. tins.96		THE EMPIRE TOBACCO COMPANY		
En tins, 1/6s.	1.00		1-10 pcks, 5 lb. boxes.80		Tabacs à chiquer.		
En tins, 1/2 lb.85		Red Star —			Bobs, 5s., Cads 21 lbs., 1-2 Cads, 12 lbs.		
En tins, 1 lb.85		1-12 pcks, 5 lb. boxes.83		12 lbs.		
Pqts, 1/10s, btes 5 lbs.85		Sweet Bouquet —			Bobs, 10s., Butts, 24 lbs, 1-2 Butts, 12 lbs.		
En sacs, 1/5s., btes 5 lbs.88		1/2 lb. tins.	1.25		12 lbs.		
Puritan Cut Plug —			Maryland —			Bobs Bars, 5 3-5 cuts to the lb., 1-2 Butts, 10 lbs.		
Pqts, 1/11s, boîtes 5 lbs.85		1-12 pcks, 5 lb. boxes.78		12 lbs.		
En tins, 1/2 et 1/4 lbs.85		1/4 lb. tins.78		Currency Bars, 9s., 10 cuts to the lb., Butts, 25 lbs., 1-2 Butts, 12 1-2 lbs.		
En tins, 1/5s.93		Gold Star —			12 1-2 lbs.		
En tins, 1 lb.83		1-10 pcks, 5 lb. boxes.80		Currency Navy, 2 x 4, 5 1-2s. to lb., 1-2 Butts, 11 1-2 lbs.		
Full Dress —			M. P. [Perique Mixture].			12 lbs.		
En tins, 1/5 et 1/2 lbs.95		1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes.88		12 lbs.		
Meerschaum —			Houde's Celebrated Mixture —			Stag Bars, 5s., Butts, 16 lbs.		
Pqts, 1/10s, btes 5 lbs.82		1-8 tins.	1.35		Old Fox, 12s, butts 24 lbs, 1/2 butts 12 lbs.		
En tins, 1/2 lb.84		Gold Crest Mixture —			12 lbs.		
En sacs 1/5 btes 5 lbs.92		1/4 & 1/2 lb. tins.	1.35		Pay Roll, 10 1/2 oz. bars, 5 cuts to the bar, 7 1/2 cuts to lb, butts 20 lbs.		
Ritchie's Smoking Mixture.			Gold Dust —			12 lbs.		
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs.80		1-10 bags, 5 lb. boxes.88		Pay Roll, 2 x 3, 7 to lb, 22 lbs. cads & 12 lbs 1/2 cads.		
En tins, 1/4 lb.95		1-12 bags, 5 lb. boxes.90		Pay Roll, 6 1/2 oz. bars, [thin], 7 1/2 spaces to the lb. boxes, 5 lbs.		
Ritchie's Cut Plug —			A. T. C. Mixture à fumer —			Moose, 14 1/2 oz. Bars, 5 cuts to bar, 5 1/2 cuts to lb., 1/2 butts, 8 lbs.		
Pqts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs.71		En tins, 1/4 lb.	1.40		Tabacs à fumer.		
Cut Cavendish —			En tins, 1-8 lb.	1.45		Empire, 5s., 10s.		
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs.80		Social Mixture			Rosebud Bars, 6s., Butts, 20 lbs., Boxes, 5 lbs.		
			Pqts 1-10 btes 5 lbs.75		Amber, 8s, and 3s.		
			En tins, 1-2 lb.75		Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 17 lbs. butts.		
			Seal of North Carolina —			Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 8 1-2 lbs. 1-2		
			En tins de 1/2 et 1/4 lbs.	1.05				
			En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs.	1.05				
			1/12, 1/8 & 1/4s, pqts, btes 5 lbs	.95				
			Old Gold —					
			1/12s et 1/8s, pqts, btes 5 lbs.95				

Butts	50
Hudson, 8s cads, 20 lbs.	53
Pacific, 1½ cads, 20 lbs.	53
Starlight, 1½ x 4, 7s, 8½ lbs., ½ butts	50

THE B. HOUDE CO., LTD., QUEBEC

Cut Smoking Tobaccos

Trappeur—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes	\$.32
1-12 bags, 5 lbs. boxes48
1-2 and 1 lb. pcks.30
Comfort—	
1-8 bags, 5 lbs. boxes32
1-10 bags, 5 lbs. boxes40
1-12 bags 5 lbs boxes48
Casino—	
1-6 pcks. 5 lbs. boxes24
1-2 and 1 lb. pcks.20
O. K. No. 1.—	
1-7 tins to lbs. wooden boxes56
1-6 pcks. 5 lbs. boxes50
O. K. Mixture—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Herse Shoe Solace—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes43
1-2 and 1 lb. pcks.41
1 lb. pck. with pipe inside pcks.13
1-2 lb. tins43
Gold Block—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-12 and 1-6 bags, 5 lbs. boxes50
Brown Shag—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.38
Signum Cut Plug—	
1-12 bags, 5 lbs. boxes48
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 lbs. pcks.38
1-7 tins 10 lbs. wooden boxes56
1-2 tins48
Carillon (for Smoking and Chewing).	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
Como—	
1 lb. pck. with pipe inside pcks.38
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
Lion Brand—	
1-10 (paper bags), 5 lbs. boxes35
Calabresse—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Houde's No. 1—	
1 lb. pck. with pipe inside pcks.44
1-6 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.39
Micmac—	
1-10 (paper bags), 5 lbs. boxes30
Houde's Fine Cut—	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Hudson—	
1-12 pcks. 3 lbs. boxes52
1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Golden Leaf—	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes48
1 lb. tins54
1-2 lb. tins58
1-4 lb. tins65
Rainbow—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes70
1-2 lb. tins73
1-4 lb. tins78
1-5 lb. bags, 5 lbs. boxes78
Crema—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes52
Natural Cut Smoking Tobaccos	
Parfum d'Italie—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes43
Mon Ami (Pure Quesnel)—	
1-8 pcks. 3 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.50
Red Cross—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 pcks.40
1-7 bags, 5 lbs. boxes55
Tiger—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes32
Montcalm—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes30

1-4, 1-2 and 1 lb. pcks.	30
Zouave—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes	31
1-2 and 1 lb. pcks.	30
Encore—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.38
1-6 bags43
Rouge & Quesnel—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes38
1-5-1-2 and 1 lb. pcks.35
Mon Plaisir—	
1-9 pcks. 2 and 5 lbs. boxes70
Quesnel—	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.40
Houde's Best one Dollar Mixture—	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.80
Gold Cross—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. pck.50
Napoleon—	
1-10 pcks. 4 lbs. boxes49
1-2 and 1 lb. pcks.35
Blue Cross—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
1-2 and 1 lb. pcks.30
Golden Broom—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
1-2 lb. pcks.31
Houde's Sixty cents.—	
1-7 pcks. 5 lbs. boxes50

Cigarette Tobaccos

Rugby—	
1-8 (slide-boxes), 5 lbs. boxes62
1-14 pcks. 5 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.60
Petit Bleu—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. foil pcks.40
L. L. V.—	
1-2 lb. foil pcks.36
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Petit Poucet—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes48
Le Petit Jaune—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Tri Color—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55
Swoboda—	
1-9 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes64
Carlo—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55
Fine Cut Chewing	
Chocolate Fine Cut—	
1 lb. tins60
Plug Chewing	
Spun Roll—	
1-16 1 lb. boxes60
Natural Pressed Cut	
Original—	
1-4 lb. pcks. 5 lbs. boxes60
Sliced Plug Cut	
Transfer—	
1-7 (slide boxes), 5 lbs. boxes50
Atlas—	
1-6 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes44
Alice—	
1-7 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes52
Bamboo (Curved Cut)—	
1-10 tins, 3 lbs. boxes78

CIGARETTES

Pearls—	par 1000
10s with mouth pieces 500 par bte	4.00
Dufferin—	
10s 500 par boîte	4.50
Cadet—	
10s 500 par boîte	4.00
SNUFF	
Landry's Light Snuff—	Kegs ou Jars
Rose No. 128
Merise28
Rose extra32
Macaba34
Scotch, (1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48
Grand'Mère 1-16 boxes55

Houde's Dark Snuff—	
Natural29
Rose No. 130
Rose & Bean29
Rose Extra32
Merise30
Macaba37
Scotch (in 1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares

Le mille

Three Little Champions for 5c.	1/5....	12.50
Côté's Fine Cheroots.	1/10....	15.00
Quebec Queen.. . . .	1/20....	15.00
V. H. C.....	1/20....	25.00
My Best.....	1/20....	25.00
Doctor Faust.....	1/20....	28.00
Doctor Faust	1/40....	30.00
St-Louis [union].. . . .	1/20....	33.00
Martin [union].. . . .	1/20....	35.00
Havana Seconds	1/20....	35.00
Champlain	1/20....	85.00
V. C. [Union].. . . .	1/20....	36.00
Martha [union].. . . .	1/20....	55.00
El Sergeant Premium	1/40....	55.00
El Sergeant R. V. C.	1/10....	\$60.00
J.C. Cl. Havane, Puritanos 1/20....		75.00

Tabacs Canadiens en feuilles

Balles de 25 et 50 lbs.

Connecticut B. 25 et 50	1905	0.13	0.14
Grand Havane B 25 et 50	1905	0.13	0.14
Parfum d'Italie A.	1905	0.00	0.30
Belgique	25s. 1905	0.00	0.25
Petit Canadien	1904	0.00	0.25
Petite Plug 1-6	1905	0.10	0.12
Quesnel A. M.	1905	0.00	0.30
Rôle J. C., No 40, 1-4	1905	0.00	0.32
Rouge A.	1905	0.18	0.20
Rouge G.	1900	0.18	0.20
Rouge Quesnel A.	1904	0.00	0.25
Spread Leaf, Rouge	1905	0.15	0.16
S. Nouveau	1905	0.00	0.15
Petit Havane	1905	0.18	0.20
S. Vieux	1904-1905	0.16	0.17

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs.	48
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs.	48
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs.65
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs.60
Quesnel, 1/2, quantité à volonté.60
Côté's choice mixture, 1/4 tin.75
Côté's choice mixture, 1/2 tin.70
Côté's choice mixture, 1 lb.65
Tabac en poudre: Rose, 32 cts.; Rose et Fève, 32 cts; Fève, 32 cts; Rose Extra, 34 cts; Râpé, \$1.25; Macaba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 32 c.	

THE EMPORIUM CIGAR CO., SAINT-

HYACINTHE

Cigares

Le mille

Club House.. . . .	1/20....	\$20.00
Le Petit Gars.. . . .	1/20....	22.00
Little Perfectos.. . . .	1/20....	26.00
El Maska.. . . .	1/20....	25.00
Red Bluff	1/20....	25.00
La Captiva	1/20....	25.00
The Good Ones.. . . .	1/20....	28.00
Our Leader.. . . .	1/20....	28.00
Peruna	1/20....	35.00
Mont-Pelée.. . . .	1/20....	35.00
Sir George.. . . .	1/20....	55.00
Representative	1/20....	45.00
Emporium.. . . .	1/20....	55.00
Emporium	1/40....	60.00
Our Clear Havana	1/20....	55.00
La Pedida	1/20....	60.00
El Corso.. . . .	1/20....	70.00
La Pededa	1/10....	90.00
Los Angeles	1/40....	100.00

JOS. COTÉ

**Importateur et Marchand
de Tabac en Gros**

Maison Fondée en 1887

ARTICLES POUR FUMEURS



Cigares Importés,
Cigarettes Egyptiennes,
Pipes en Bruyère et
en Ecume de Mer,
montées sur Or et sur argent.

Entrepot : = = = = 119 Rue St-André
Bureau et Magasin : = = - - 188 Rue St-Paul
Succursale : = El Sergeant Cigar Store, 179 rue St-Joseph,

== QUEBEC. ==

PHONE 1272



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumé.

"LANCET."

MONTREAL

VOL. VI



OCTOBRE 1907

No 10

LIQUEURS ET TABACS

LIQUORS & TOBACCOS

HOGEN MOGEN

ET

ROYAL SPORT

Rois dans la
Ligne des Cigares



Vous avez cherché un article leader pour votre département de tabac. Les marques ci-dessus sont toutes deux les meilleures de leur classe. Il nous a fallu huit ans pour produire une telle perfection dans la qualité des cigares, mais nous avons été récompensés par des ventes énormes. Ces cigares sont profitables à tenir. Ecrivez nous aujourd'hui et nous vous en expédierons un mille à titre d'essai.

Sherbrooke Cigar Co. = = Sherbrooke, Qué.

MAISON
FONDÉE en 1827

SCOTCH WHISKY DE ROBERTSON

LA MARQUE
La plus ANCIENNE



SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

JOHN ROBERTSON & SON, Ltd., - Distillateurs à Dundee, Ecosse

BUREAUX AU CANADA:

MONTREAL, 41 rue des Communes
(Bureau Principal)
WINNIPEG, 315 Avenue William
VANCOUVER, coin des rues Richard et Hastings

SEULES AGENCES:

MOET ET CHANDON, Champagnes
J. H. DENIS MOUNIÉ, Cognac
D. GONI FEUERHEERD & Co., Sherries
D. MATT FEUERHEERD & Co., Vins de Port

Gérant Général: HENRY O. WOOTTEN

Gérant à Montréal: GEO. W. DOW

Secrétaire: JAMES SOUTAR

LIQUEURS

LIQUEURS ET TABACS—Revue Mensuelle publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2517, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur **un avis par écrit**, adressé au **bureau même** du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit : **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.

Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, OCTOBRE 1907

Nº 10

Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal : : :

Incorporée en Juin 1884.

VICTOR LEMAY
Président.

L. A. LAPOINTE
Secrétaire.

DIRECTEURS :

H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARITEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES,
LAWRENCE A. WILSON
L. ETHIER, A. BLONDIN.

Prés. Hon.



JAS. MCCARREY
Vice-Prés.

VICTOR BOUGIE
Trésorier.

AVISEURS :

Maire H. A. ETERS,
M. MARTIN, M. P.
Ech. C. ROBILLARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE,
Ex-Maire
J. M. WILSON,
J. M. FORTIER,

Licensed Victuallers' Association of Montreal : : : :

Incorporated June, 1884.

Aviseur Légal : M. J. L. PERRON,
Auditeurs : F. A. CHAGNON et DAN. DAIGNEAULT.

TELEPHONES : { Bell Main 4187,
Des Marchands 621

Bureau : 66 Rue St. Jacques.

Assemblée Générale

General Meeting

MONTREAL, le 30 SEPTEMBRE 1907.

MONSIEUR,—L'Assemblée Générale Mensuelle des Membres de l'Association aura lieu mercredi, le 2 Octobre 1907, à trois heures p. m., très précises au Monument National, No 296, Boulevard St-Laurent, Chambre No 6.

Vous êtes respectueusement prié d'y assister.

Par ordre, LE SECRÉTAIRE.

AUX MEMBRES

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que, jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association pour l'année 1907, à savoir :

Brasseurs — Brewers

MM. Dawes & Co.
" Wm. Dow & Co.
" J. H. & R. Molson, Bros,
Canadian Breweries, Ltd.
Montreal Brewing Co.

MONTREAL, SEPTEMBER 30th, 1907.

SIR.—The General Monthly Meeting of the Association will be held on Wednesday the 2nd of October 1907, at 3 p.m. sharp, in the Monument National, No. 296 St. Lawrence Boulevard, Room No. 6.

You are respectfully requested to attend.

By order, THE SECRETARY.

TO MEMBERS

Sirs,—I have the honor to inform you that up to date the following Business Firms and affiliated members are in good standing with the Association for the year 1907, viz :

Extraits de Bœuf, etc.—Beef Extracts, etc.

MM. Bovril Limited—Fluid Beef.
" Colonial Fluid Beef.

Agents de Brasseries—Brewery Agents.

MM. J. W. Moffat, (Labatt's).
 " F. Paquette.
 " Geo. Sorgius.

Eaux Minérales Naturelles.

Radnor Water Co.

Mfrs d'Eaux Gazeuses—Aerated Water Mfrs.

MM. C. Robillard & Cie.
 " T. E. Truesdell (Chs. Gurd & Co.)
 " J. Christin & Cie.
 " Jos. Lecompte
 " Robert Millar
 " Robert Allan

Vins et Liqueurs—Wines and Liquors

MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited.
 " F. X. St. Charles & Cie.
 MM. Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd.
 " F. Arpin & Cie, Marieville
 " Meagher Bros. & Co.
 " D. Masson & Cie.
 " J. M. Douglas & Co, (a'ts, John Dewar & Sons, Ltd.)
 " Boivin, Wilson & Cie.
 " Hudon, Hébert & Cie, Ltée.
 " Laporte, Martin & Cie, Ltée.
 " L. Chaput, Fils & Cie.
 " Wm. Farrell, Ltd.
 " N. Quintal & Fils.
 " Gillespies & Co., (Agt., E. W. Parker.)
 " H. O. Wootten, Mgr (J. Robertson & Son, Ltd.)
 " L. P. Pelletier, succ. Mathieu & Frère.
 " A. E. Mallette & Cie.

Distillateur — Distiller

M. H. Corby, Belleville, Ont.

Embouteilleur—Bottler

M. John Bishop.
 " Thos. Kinsella.

Comptables—Accountants

MM. Alex. Desmarteau.
 " F. X. Bilodeau.

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

MM. Médéric Martin.
 " W. R. Webster & Co. (Sherbrooke).
 " L. O. Grothé & Cie.
 " S. Davis & Sons.
 " P. Chaput, (La Champagne).
 " V. Forest.
 " J. M. Fortier
 " H. Simon & Son.
 " Armand Larue.

Divers — Miscellaneous

MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
 " Edouard Biron, Notaire Public.
 " Otto Zepf. Mch. de Bouchons.
 " Cousineau, Raymond & Hall, Agts. d'Imm.
 " A. P. Pigeon, Imprimeur.
 " Alfred Richard, Maître Boucher.
 " Thos. Burdett, Pompes à Bière, etc.
 " C. E. Thibault, Ent. Plombier.
 " E. Lafond, Fleuriste.

Marchands — Merchants

MM. Siméon Beandin, Valleyfield.
 " H. H. Guay, Victoriaville.
 " J. O. Girard, Fraserville.
 " L. Bécigneul, Lac Mégantic.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction d'exiger le paiement des contributions de 1907 et des arrérages dûs à l'Association. En conséquence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés d'en faire parvenir le montant au Secrétaire aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,

Votre obéissant serviteur,

L. A. LAPOINTE,
Secrétaire.

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

FEES ARE NOW DUE

I have received instruction from the Board of directors to collect the fees of 1907 and arrears due to the Association. Consequently those who have not yet paid are requested to send in the amount to the Secretary, as soon as possible.

I have the honor to be, Sir,

Yours truly,

L. A. LAPOINTE,
Secretary.

ASSEMBLEE DU BUREAU DE DIRECTION DE L'ASSOCIATION DES COMMERCE LICENCIÉS DE VINS ET LIQUEURS DE LA CITE DE MONTREAL.

A une assemblée du Bureau de Direction de l'Association tenue le 4 septembre, sous la présidence de M. Victor Lemay, président, étaient présents:

MM. Victor Bougie, Nap. Tremblay, Jos. Bariteau, A. J. Ayotte, Eug. Masse, et le secrétaire.

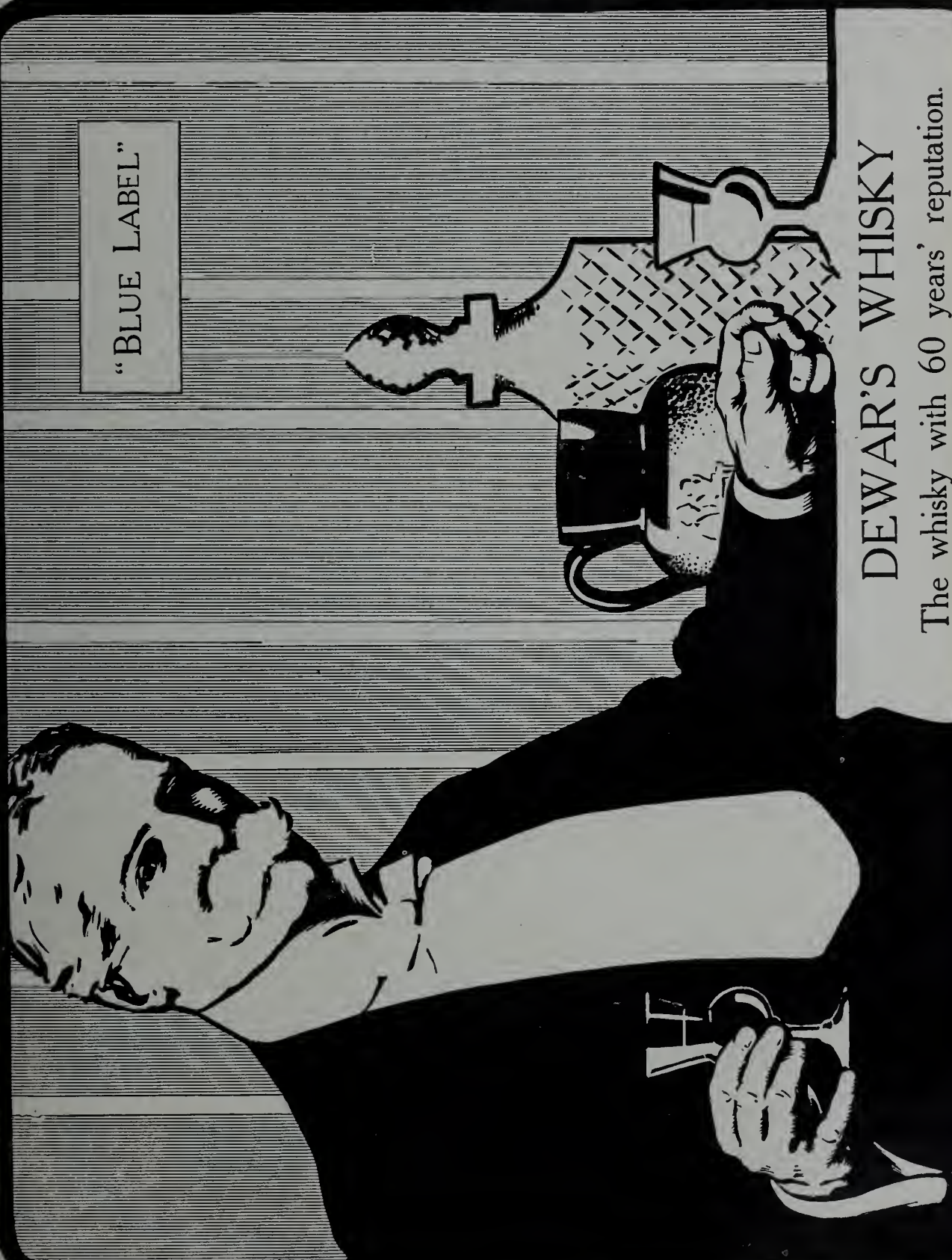
Les minutes de la dernière assemblée sont lues et adoptées.

Les correspondances suivantes sont soumises et lues: de M. J. Thibert, Beauharnois, Re Contribution; de l'Hon. L. Gouin, Re Lettre circulaire de l'Association de la Province de Québec et Re Ex-

cursion; de M. M. Martin, M.P., Re Ex-cursion.

Il a été résolu d'accepter les démissions comme membres, de MM. G. S. Greenspoon et Arsène Bouchard.

Il a été proposé par M. Victor Bougie, secondé par M. Jos. Bariteau, que les personnes suivantes: M. J. Chas. Molinari, hôtelier, 88 Ste-Catherine Ouest; Mrs. Margaret Kinnistan (Mrs. Geo. Marks),



DEWAR'S WHISKY

The whisky with 60 years' reputation.

112 Shearer; M. Olivier Deschamps, hôtelier, St-Laurent; M. Ed. Mallette, hôtelier, Pointe-Claire, soient admises membres de l'Association.

Il a été résolu à l'unanimité qu'afin de faire rentrer les contributions et arrérages, le secrétaire soit autorisé à payer à M. Victor Bougie, à partir de cette date, 20 pour cent sur la perception de toute contribution maintenant due et par lui retirée.

Il a été aussi résolu qu'afin d'activer l'entrée de nouveaux membres dans l'Association, il lui soit payé 50 pour cent sur le prix de la contribution des nouveaux membres admis qu'il aura enrôlés.

Il a été, de plus, résolu que pour tout nouveau membre enrôlé à partir de cette date et admis durant les mois de novembre et de décembre et payant de suite sa contribution, cette dernière devrait être considérée comme couvrant l'année courante et l'année 1908.

Plusieurs comptes courants sont soumis et approuvés et l'Assemblée s'ajourne.

CONTRE L'ALCOOLISME

Il ne fait aucun doute que l'alcoolisme cause au Canada de grands ravages, aussi la Ligue anti-alcoolique de Québec a-t-elle raison de se féliciter d'avoir pu réunir dans une assemblée plusieurs milliers de personnes pour entendre parler des méfaits de l'intempérance.

Il est certains faits, certains détails qu'il est bon de signaler à l'attention du public pour le mettre en garde contre lui-même, contre l'entraînement possible.

Ainsi, les personnes présentes à cette assemblée n'ont pu qu'être frappées de ce fait que tandis qu'il n'y a guère que cent boulangers pour desservir le pain à toute la population de Montréal sans son territoire annexé en ces dernières années, on compte dans ce même centre quatre cents buvettes licenciées. Il y a là évidemment une anomalie regrettable et l'archevêque de Montréal, Mgr Bruchési, qui cite le fait à ses auditeurs se demande pourquoi on ne limiterait pas le nombre des buvettes au nombre des boulangeries.

C'est une idée à creuser. Mais pour le moment, il est difficile de prendre une mesure aussi radicale qui léserait trop d'intérêts. Nous ne croyons pas qu'en justice, on puisse songer à priver de leur licence, c'est-à-dire à ruiner irrémédiablement les trois quarts des hôteliers et restaurateurs. Ce n'est que peu à peu qu'il sera possible de réduire considérablement le nombre des licences; on le pourra faire par voie d'extinction naturelle comme on l'a fait récemment pour ramener à 400 le nombre des licences de magasins de liqueurs de détail.

On ne peut guère, en effet, pour arriver à une diminution sensible et rapide

du nombre des licences, compter que le gouvernement indemnise les détenteurs actuels de licence, car au prix auquel sont maintenant cotés les établissements licenciés, il faudrait, pour en fermer un certain nombre en les indemnisant, une somme que l'état des finances de la province ne permettrait pas de déboursier.

Le Trésor provincial tire un revenu très substantiel des licences pour la vente des spiritueux; aussi, propose-t-on que le gouvernement augmente le prix des licences au fur et à mesure qu'il en diminuera le nombre, afin que les revenus de cette source ne soient pas réduits. Il y a déjà dans la loi des licences une clause à cet effet. Mais nous croyons sincèrement qu'il serait difficile, pour ne pas dire impossible, de faire payer à 100 hôteliers le montant actuellement réparti sur 400. C'est pourquoi encore, si le nombre des licences doit être réduit, il faudra procéder graduellement, sans hâte, avec mesure.

Il est curieux de constater qu'il se consomme par tête de population moins de vin que d'alcool proprement dit.

Nous ne sommes pas des abstèmes et nous ne voyons pas que la ligue anti-alcoolique de Québec prêche, comme le font les teatotaliers, l'abstinence complète de toute boisson fermentée. Nous n'avons pas confiance dans les mesures extrêmes et nous croyons qu'il est permis de faire usage de tout ce que le bon Dieu a mis à notre portée.

La sobriété ne signifie pas forcément l'abstinence; on reste sobre en faisant un usage modéré du vin, de la bière, des alcools mêmes.

Contre l'alcoolisme, c'est donc la sobriété qu'il faut prêcher, enseigner. On doit l'enseigner à l'école et dans la famille; c'est faire oeuvre de patriotisme que de prémunir la génération qui pousse contre les méfaits de l'alcoolisme.

LA FIN DES VACANCES

Les vacances sont maintenant bien terminées. Les gens de la ville assez heureux ou assez fortunés pour aller pendant la saison chaude respirer l'air frais de la campagne et se reposer des tracasseries et des soucis des affaires sont revenus au travail. Les collèges, les couvents et les écoles ont de nouveau ouvert leurs portes aux jeunes gens et aux enfants. Les cours de justice siègent à nouveau. Les grandes corporations commerciales telles que le Board of Trade et la Chambre de Commerce ont repris leurs séances accoutumées. Nos échevins se réunissent maintenant en assemblées régulières à l'hôtel de ville.

C'en est donc fini des loisirs de l'été pour tous ceux à qui ces loisirs ont été permis. Maintenant c'est le travail pour tous et il doit être plus facile pour ceux

qui ont pu reposer leur corps et leur esprit.

Nous avons bien souvent insisté dans ces colonnes sur les bons effets d'un repos de temps à autre pour tous ceux qui peinent et travaillent.

Beaucoup de marchands cependant, croient qu'il leur est impossible de laisser, même pendant quelques jours, tout souci des affaires de côté et s'imaginent, bien à tort selon nous, qu'ils doivent rester continuellement sur la brèche sans jamais connaître les douceurs du repos avant fortune faite.

Ces marchands ne se sont jamais dit que s'ils tombaient malades, il leur faudrait laisser à d'autres le soin de prendre la direction de leur commerce pendant le temps de leur maladie. Pourquoi, pendant trois ou quatre ou huit jours chaque année, s'ils ne peuvent davantage, ne prendraient-ils pas un repos volontaire au lieu du repos forcé beaucoup plus long que le surmenage les obligera peut-être à prendre avant longtemps?

Où, ceux qui ont pris quelque vacance, qui ont, pendant quelque temps, débarrassé leur esprit des mille soucis des affaires, vont pouvoir se remettre à l'oeuvre avec des forces et une vigueur nouvelles.

Les vacances sont terminées. Heureux ceux qui ont pu en profiter et qui aujourd'hui se mettent au travail avec une ardeur toute juvénile; leur temps de repos aura été pour eux un gain.

..CAUSERIE DU DOCTEUR

L'opinion des médecins anglais sur l'alcool—Revirement contre les abstinents —Echec au régime de l'eau—Vivent le vin et l'eau-de-vie nature!!

On lisait dans le "Figaro" du 7 août:

Réhabilitation de l'alcool. — Depuis que l'Académie de médecine a réhabilité la tomate (que pendant longtemps elle avait condamnée avec une unanimité touchante) on peut s'attendre à tout et il n'y a pas lieu d'être surpris quand un médecin prend la défense de l'alcool.

Ce médecin s'appelle le docteur Cutheary et jouit d'une assez grande notoriété en Angleterre. Il vient de lire au Congrès de l'Association britannique de Médecine un long mémoire pour démontrer que l'on imputait à l'alcool des méfaits dont il est innocent. Il a établi, en effet, que l'alcool, s'il n'est pas un aliment, aide au moins à la digestion, et que, pris en quantité modérée, il n'est pas plus nuisible que le sucre, dont il n'est du reste qu'un succédané; qu'il n'engendre pas les maladies de foie et qu'il constitue même un excellent remède pour certaines maladies: le mal de Bright — ou albuminurie — par exemple.

Nous avons déjà signalé les observa-

JOHN HOPE & CO., MONTREAL.

Seuls Agents au Canada de :

MM. John de Kuyper & Son.....	ROTTERDAM.....	<i>Gin de Hollande</i>
“ Martell & Co.....	COGNAC.....	<i>Cognacs.</i>
“ Jules Robin & Co.....	“	<i>Cognacs.</i>
“ Cockburn, Smithes & Co.....	OPORTO.....	<i>Vins de Port.</i>
M. M. Misa.....	XERES DE LA FRONTERA...	<i>Sherries.</i>
“ S. Darthez.....	REUS (TARRAGONE).....	<i>Ports Tarragone.</i>
MM. Barton & Guestier.....	BORDEAUX.....	<i>Clarets, Sauternes et Huile d'Olive.</i>
“ Rodel & Fils Freres	“	<i>Sardines, Pois et Conserves.</i>
“ Deinhard & Co.....	COBLENZ.....	<i>Hocks et Moselles.</i>
“ C. Marey & Liger-Belair.....	NUITS.....	<i>Bourgognes.</i>
“ E. & J. Burke, Limited.....	DUBLIN & LIVERPOOL.....	<i>Guinness's Stout, Bass's Ale, Whiskies Irlandais et Rhum de la Jamaïque.</i>
“ C. G. Hibbert & Co.....	LONDRES.....	<i>Bass's Ale.</i>
“ Bulloch, Lade & Co., Limited.....	GLASGOW.....	<i>Whiskies Ecossais.</i>
“ Cantrell & Cochrane, Limited.....	BELFAST ET DUBLIN..	<i>Ginger Ale, Club Soda, etc.</i>
“ Field, Son & Co.....	LONDRES.....	<i>Sloe Gin, Orange Bitters, Rhum de la Jamaïque.</i>
Booth & Co's. (LONDRES).....		<i>Old Tom et Dry Gin.</i>

tions du docteur Paul Carnot, publiées à ce sujet, dans le "Bulletin Médical." Elles ne font que se confirmer, comme on le voit.

On commence, du reste, dans le monde médical sérieux à en revenir de toutes ces prohibitions concernant le vin, entre autres, et aussi la bonne eau-de-vie naturelle — "tel que le vrai cognac" — et les liqueurs fines qui, autrefois, étaient considérées comme d'excellents digestifs.

Le corps médical anglais, qui est d'esprit essentiellement indépendant et n'est pas embrigadé, comme il l'est en France derrière les doctrines de l'Académie de Médecine et de ce qu'on est convenu d'appeler les "princes de la science" — lesquels actuellement sont souvent aussi les princes de la mode — a de plus en plus rompu avec ce dicton que l'alcool est nécessairement nuisible.

Nombre de médecins d'Outre-Manche recommandent l'alcool, pris modérément, et leur témoignage désintéressé finira par influencer le public anglais et le détacher des prohibitionnistes et des "sociétés de tempérance" qui, au fond, abritaient de bonnes affaires commerciales en faveur de la vente et de la consommation du thé, du café et autres infusions, comme chez nous les sociétés fermières d'eaux minérales!

Le président de l'Association des médecins anglais cita, au cours de ce Congrès, l'exemple du grand oncle du Dr Dary, gentleman de la vieille école, qui buvait chaque jour sa bouteille de Porto et qui atteignit presque son siècle.

Dans nos Charentes, on a connu des vieillards ayant dépassé leur quatre-vingtième année et qui, suivant la coutume de nos campagnes dans les maisons aisées, ne manquaient jamais de terminer leur repas par un petit verre de vieille eau-de-vie, vieillie dans le chai du propriétaire. Ces vieillards, qui n'abusaient pas, mais qui usaient raisonnablement — comme on doit le faire de tout — des produits du sol charentais, étaient le plus souvent de vigoureux gais, exempts d'infirmités, et qui riraient bien, s'ils revenaient dans le monde des vivants, de ces médecins qui recommandent à leurs clients de s'abstenir du jus de la vigne, de ce vieux vin de France, de cette vieille goutte de bonne et saine eau-de-vie, comme l'est excellemment celle des Charentes.

Une expérience personnelle toute récente m'a confirmé dans mon opinion à cet égard, diamétralement opposée à celle des médecins qui proscrirent tout vin et tout alcool.

Je viens de faire une saison thermale dans une station du Centre où les médecins vous mettent régulièrement au régime de l'eau pure des cascades. Au Casino, une seule consommation est servie aux clients: une tasse de tilleul.

Tous mes compagnons, esclaves de prescriptions de leur médecin, suivaient scrupuleusement la consigne. Or, au bout de quelques jours, je me suis aperçu que, malgré la beauté des sites et des promenades des environs, il n'y avait que moi à l'hôtel qui excursionnais et faisais couramment mes 15 et 20 kilomètres (9 et 12 milles) de marche, souvent en montagne, tandis que les autres faisaient péniblement dans leur journée 1 ou 2 kilomètres (environ 1 mille) et avaient l'air éreinté de ce grand effort.

Or, à la table de régime, j'étais le seul aussi à marier gaillardement l'eau pure des sources au bon petit vin blanc d'Auvergne, frais et léger comme beaucoup de petits vins français.

Comment, me disais-je, avons-nous pu, dans un pays de clair bon sens et d'altitude vive comme le nôtre, nous faire endoctriner par ces médecins "tant pis," qui dédaignent ou même prescrivent l'usage modéré du vrai vin et de l'eau-de-vie naturelle pour faire des Français, sous prétexte d'hygiène, un peuple d'aquatiques et de buveurs d'infusions de tilleul, de camomille ou autres breuvages énéfants!

Est-ce que notre vieux sang gaulois ne devrait pas se réveiller pour se rebiffer contre les prescriptions saugrenues de nos médecins modernes?

Que le bon vin, qu'un petit verre de notre inimitable cognac, soit nuisible à la santé. Allons donc!

Les médecins anglais — eux — n'hésitent pas à réhabiliter l'alcool, alors qu'ils n'ont chez eux que de l'alcool de grain: le whisky. Si, aussi favorisés que nous par la production de leur sol, ils avaient — comme nous — de la bonne eau-de-vie naturelle, pur jus de la vigne... ce serait bien une autre affaire!

Docteur Marx.

("Le Moniteur de Cognac".)

LES VALEURS MINIERES

Nous avons à plusieurs reprises mis nos lecteurs en garde contre la spéculation sur les valeurs minières.

Au moment surtout où, dans la région de Cobalt, il se formait des Compagnies sans nombre pour l'exploitation de terrains miniers, nous avons fait observer que beaucoup, sinon la plupart de ces Compagnies, n'offriraient jamais que du vent en guise de dividendes à leurs actionnaires.

Les événements ne nous ont que trop donné raison. Beaucoup de ces compagnies n'ont pas encore payé et ne paieront jamais un sou de dividende, il est même de ces Compagnies qui n'existent plus que de nom et dont le siège social et le bureau de direction sont introuvables.

Il y a évidemment des Compagnies sé-

rieuses, exploitant leurs propriétés et payant de beaux, de forts beaux dividendes à leurs actionnaires, mais elles sont l'exception. Il ne faut pas croire, cependant, qu'elles ne font courir aucun risque à leurs actionnaires. Ceux qui, par exemple, ont payé \$34 les actions de la Nipissing en pourraient dire quelque chose, puisque s'ils devaient les réaliser aujourd'hui, ils ne pourraient en tirer qu'environ \$8. Une autre Compagnie minière également réputée pour la richesse de ses claims, la Trethewey, a vu la valeur de ses actions considérablement réduite dans ces derniers temps et nous pourrions en citer d'autres qui se trouvent dans des conditions identiques.

Du moment où les meilleures valeurs minières sont sujettes à des fluctuations aussi prononcées, est-il bien prudent pour un commerçant de distraire de son commerce ses fonds liquides pour les aventurer dans des spéculations toujours hasardeuses? La question comporte sa réponse.

Nous n'analysons pas ici les raisons invoquées pour justifier les hausses et les baisses plus accentuées sur les valeurs minières que sur les autres valeurs en général. Celles mises en avant ne sont pas toujours réelles; constatons simplement que l'élément de jeu est plus grand dans les valeurs minières que dans les autres et que, plus que les autres, elles sont manipulées par des faiseurs sans scrupule.

Les commerçants, nous ne saurions trop le répéter, trouveront toujours plus de profit à employer leurs fonds disponibles dans leur propre commerce pour augmenter leur chiffre d'affaires qu'à se lancer dans des spéculations tentantes, il est vrai, à la lecture des prospectus des Compagnies minières, mais plus hasardeuses encore.

Un bon tiens, a dit La Fontaine, vaut mieux que tu l'auras.

Le succès des excellents Portos de Stormonth, Tait & Co., embouteillés sous la marque "House of Lords" s'affirme chaque jour.

Le nom de cette marque vient du fait que la maison Stormonth, Tait & Co., a le privilège exclusif de la fourniture des vins de Porto en fûts à la chambre des Lords d'Angleterre.

MM. L. Chaput, Fils et Cie., sont les agents de cette marque pour le Canada.

La maison V. Fournie et Cie, de Cognac, met actuellement sur le marché une nouvelle liqueur absolument unique dans son genre, la "Brandimintine".

La Brandimintine est à base de vieille fine Champagne et de crème de menthe.

C'est une liqueur à la fois digestive et rafraîchissante qui ne manquera pas de conquérir au Canada une popularité semblable à celle qu'elle est en train d'acquiescer actuellement en Europe.

La maison V. Fournier est représentée par MM. L. Chaput, Fils et Cie.

POUDRE
"STICK-FAST"
POUR COLLE

Pour tous les usages auxquels on emploie la Colle de Pâte, il convient d'ajouter la

Poudre "STICK-FAST"

Elle aide non seulement à conserver la Colle de Pâte pendant quelques jours, mais encore et surtout elle lui donne une adhérence incomparable.

On peut avec toute Colle de Pâte additionnée de Poudre "STICK-FAST" coller des étiquettes sur fer-blanc poli, ce qu'on ne peut faire avec la Colle de Pâte ordinaire.

PREPARATION ET EMPLOI FACILES

FREYSENG CORK COMPANY, Limited

651-661 RUE ST-PAUL - MONTREAL.

BISQUIT
"Old Liqueur"

(20 ANS D'AGE)

— ET —

"Une Etoile"
BRANDY DE PUR RAISIN

Méfiez-vous des Substitutions.

Exportés par

Bisquit, Dubouché & Co.,

JARNAC - COGNAC

ETABLIS EN 1819.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

WALTER R. WONHAM & SONS,

MONTREAL:



HISTOIRE DE L'ALCOOL

Par Dr Chas. Ernest Pellew

(Traduit de "American Brewer")

(Suite).

Tandis que les basses classes d'Angleterre étaient ainsi démoralisées par le gin, les classes supérieures souffraient presque autant du fait de l'introduction en Angleterre du vin de Portugal fort, sucré, fortement alcoolisé, grâce en partie du moins à quelque clause favorable du traité de Methuen conclu au commencement du dix-huitième siècle. Il est curieux de lire dans les journaux contemporains, dans l'histoire et les inscriptions du siècle dernier—par exemple dans la vie de Fox par Trevelyan—de quelle manière terrible la société anglaise était démoralisée pendant la période de la plus grande expansion coloniale et matérielle de l'Angleterre. Le pays était gouverné par une petite aristocratie, riche, propriétaire de terres, qui semblait se livrer à la corruption la plus effrénée en public et, dans la vie privée naturellement, à une dissipation sans bornes. C'est par de longues années de paix, sous les Walpoles, pendant la première moitié du siècle, alors que l'énergie et l'industrie des classes moyennes pouvaient s'exercer, c'est aussi par la protection que lui donnait sa position en tant qu'elle, que l'Angleterre obtint la force nécessaire pour diriger son empire, et non par une supériorité des classes gouvernantes.

En effet, pendant toute la durée du siècle dernier, l'ivrognerie était la règle et non l'exception dans toutes les classes de la société; dans les classes inférieures, cette ivrognerie était réellement encouragée. Quand une troupe remportait une victoire, quand un prince était déclaré majeur, le maître disait à son domestique: "Va à la maison, construis un grand feu de joie et dis au sommelier de nous rendre tous ivres". C'était presque un compliment de traiter un subalterne d'honnête ivrogne. Quant à la noblesse, nous pouvons à peine concevoir l'état dans lequel elle était. Cela faisait partie de l'éducation d'un gentilhomme d'apprendre à bien supporter le vin. Une, deux et trois pintes, le soir, c'était une ration convenable et raisonnable. Après souper, les dames se retiraient dans une autre chambre, pratique qui est encore observée, de sorte que les hommes n'avaient rien qui les embarrassât; ils avaient coutume de s'enivrer et de rouler sous la table, les uns après les autres, aussi vite que cela leur convenait. Dans l'armée de terre et dans la marine, parmi les gens instruits, parmi les gentilshommes et la noblesse et même dans la famille royale c'était la règle, et non l'exception, de boire beaucoup, et cette

coutume a persisté jusqu'à une époque assez avancée du siècle actuel.

Les habitants de l'Angleterre en souffrirent; leur vie fut raccourcie, leur autorité fut diminuée, leurs fortunes furent gaspillées, puis vint la goutte. Aujourd'hui, avec l'exemple de Palmerston et de Bismarck, de Gladstone et de Sherman devant nos yeux, il est difficile de penser à une époque où les hommes d'état étaient rendus invalides à 35 ou 40 ans. Mais cela était pourtant. Un gentilhomme qui atteignait un âge moyen sans être impotent avait une chance exceptionnelle, ou bien était considéré comme une poule mouillée. Lord Chatham et beaucoup, même la plupart, de ses contemporains étaient torturés par la goutte. Aux périodes critiques dans l'histoire de la nation, une attaque sévère de goutte ou la maladie qui y conduit forçait les hommes d'Etat les plus éminents à se retirer de la vie publique. Beaucoup d'entre eux mouraient jeunes. Peu en vérité atteignaient un âge avancé, vigoureux et pleins de santé. L'habitude de boire beaucoup n'était pas simplement le fait des gens oisifs et dépeussiers, des courtisans et des gentilshommes campagnards; c'était aussi une habitude qu'avaient les hommes les plus capables et les plus brillants d'Angleterre. Pitt et Fox, les deux célèbres membres de la Chambre des Communes, étaient des buveurs notoires. On se rappelle encore le vieux couplet qui se rapporte à une scène dans la Chambre des Communes ou Pitt et son ami Dundas arrivèrent en titubant: Pitt dit alors: "Je ne peux pas voir l'orateur, Dick, le pouvez-vous?" "Vous ne pouvez pas voir l'orateur! moi, j'en vois deux." Durant tout le temps de la régence et longtemps pendant le règne suivant, jusqu'à l'accession au trône de la jeune reine, il régna en Angleterre ce qui nous semblerait une licence impardonnable.

Mais il n'en faut pas conclure que l'habitude de boire était plus prononcée en Angleterre que dans d'autres parties du monde aux mêmes époques. Des documents allemands et hollandais nous montrent des tableaux presque aussi surprenants. Et dans notre propre pays, nous n'avons guère à nous vanter.

Les Indiens de l'Amérique du Nord en général n'étaient pas accoutumés aux boissons alcooliques avant l'arrivée de l'homme blanc. Ils avaient le tabac et ils en faisaient un usage copieux. Nous lisons que dans quelques localités écartées on faisait une boisson avec du maïs; et d'après des rapports des capitaines Amadas et Barlow adressés à Sir Walter Raleigh au sujet de l'expédition de Virginie en 1585, nous voyons que les Indiens vivant le long de la côte de la baie de Chesapeake et des Carolines avaient appris l'art de faire du vin au moyen du

raisin. Mais quand les Puritains abordèrent dans le Massachusetts en 1620, ils trouvèrent à leur dégoût qu'il n'y avait pas là de bière ni de vin et le gouverneur Bradford se plaignit amèrement d'avoir à boire de l'eau.

L'eau n'était pas une boisson plus en faveur parmi les colons de la Baie du Massachusetts huit ou dix ans après. La première liste d'objets de nécessité envoyée en Angleterre en 1629, porte en tête, comme nos amis de la Nouvelle Angleterre nous l'ont si souvent rappelé, une demande pour des ministres et de la boisson cachetée. Un peu plus tard, ils demandent des vignes; ils demandent également du blé, du seigle, de l'orge et d'autres grains ainsi que des racines de houblon.

On conserve encore des listes de ce qui fut envoyé par navire pour répondre à cette demande. Le navire avait des provisions pour cent passagers et trente-cinq matelots pendant trois mois, chaque matelot étant compté pour deux passagers. Il y avait pour le voyage quarante-cinq barriques de bière à £4, 6 shillings le tonneau; deux fûts de vin de Malaga et des colonies à 16 shillings; 20 gallons d'eau-de-vie, et, pour boire, pour faire la cuisine, seulement six tonneaux d'eau.

Higginson, le premier ministre bien connu, se rendit là en 1529. L'année suivante il écrivait en Angleterre une description brillante du pays. Entre autres choses, l'air était si pur que la santé en profitait beaucoup. "Et tandis qu'autrefois mon estomac pouvait seulement digérer et demandait des boissons à la fois fortes et âgées, maintenant, je peux boire et je bois souvent très bien de l'eau de la Nouvelle-Angleterre".

En 1631, une loi fut passée pour infliger des supplices aux ivrognes. D'autres lois sévères furent promulguées concernant la sophistication, la vente aux sauvages, etc. En 1634, le prix d'une pinte de bière était fixé à un penny et des brasseries furent établies dans chaque village et dans certains endroits ces brasseries étaient attachées à chaque ferme. La manufacture des autres boissons suivit rapidement et dans les mémoires du Juge Sewell, quelque 40 ou 50 ans plus tard, il est fait mention d'ale, de bière, d'hydromel, de cidre, de vin, de "sillabub", de claret, de vin d'Oporto, de vin des Canaries, de punch, de "sack posset" et de brandy de cerises noires. La boisson la plus commune parmi celles-ci était le cidre produit en quantités énormes et qu'on buvait très copieusement. Le vin de Xérès était démodé, excepté dans le posset qui était un excellent mélange de vin, d'ale, d'oeufs, de crème et d'épices qu'on faisait fermenter avec de la levure et cette liqueur était très forte. Le moindre excès, comme on avait cou-



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.

“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR
HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.
WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS :
LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS : WALTER R. WONHAM & SONS
6 RUE ST-SACRAMENT, MONTREAL

tume de dire, donnait des bourdonnements dans les oreilles. Le gouverneur Bradford émit de bonne heure un ordre contre certains hommes qui avaient mis à bord de la barque "Friendship" deux barils de "metheglin" qu'ils devaient transporter de Boston à Plymouth et qui se mirent à le boire en n'en laissant que six gallons, sous le prétexte que les futaillies avaient coulé. Mais aucune de ces boissons, pas plus que celle faite de mélasse et d'eau, le poiré, la liqueur de pêches, la bière d'épinette et de bouleau ainsi que le reste ne firent pas moitié autant de mal que le rhum. Le rhum vint des Barbades en 1650 et depuis cette époque il devint à peu près la boisson nationale du pays. Un grand commerce fut établi avec les Antilles, les vaisseaux exportant du maïs, du lard salé et du bois de construction pour les plantations et revenant avec des cargaisons de sucre brut et de mélasse; cette dernière était presque sans valeur là où on la faisait, mais diluée et fermentée, elle fournissait facilement de l'alcool.

Chaque petite ville ou chaque petit village de la Nouvelle-Angleterre avait sa distillerie et le rhum était vendu communément 12 shillings le gallon; on l'exportait en grandes quantités sur la côte africaine en échange d'esclaves. C'est à ce commerce profitable que Newport et d'autres villes de la Nouvelle-Angleterre doivent leur prospérité; l'intervention de l'Angleterre par l'Acte du Commerce fut une des principales causes de la révolution.

Ce rhum était non seulement la base du "flip" quand on le mêlait avec de la bière, de la mélasse, du potiron sec et quelquefois de la crème et des oeufs et qu'on l'agitait avant de servir avec un fer rougi au feu, mais il formait aussi la base du punch. Ce dernier breuvage, était ainsi nommé d'après un mot du langage des Antilles qui signifiait cinq; il était fait avec du sucre, des épices, du jus de citron et de l'eau et on en buvait copieusement. Dès l'année 1686, des voyageurs parlaient de grands bols de punch qui passaient de mains en mains avant dîner. Il y avait aussi des bols doubles et triples contenant chacun deux ou trois pintes et les quantités de punch que nos ancêtres pouvaient boire à cette époque sont fabuleuses.

Car cette liqueur n'était pas seulement servie au dîner ou au souper; on en prenait le matin, à midi et le soir, comme une chose ordinaire. Le mineur ne voulait pas travailler aux moissons, les constructeurs à leurs constructions, sans une ration libérale de rhum. Quand la petite ville de Medfield fit construire, dans la première partie du dernier siècle, la nouvelle maison de réunion, il fallut quatre barils de bière, vingt-quatre gallons de rhum des An-

tilles, trente gallons de rhum de la Nouvelle-Angleterre, trente-cinq livres de sucre en pains, vingt-cinq livres de cassonade et 456 citrons. Une maison ne pouvait pas être construite sans une distribution de liqueurs à chaque phase de l'opération et cette pratique ne fut abolie qu'assez tard, dans le dix-neuvième siècle.

Le clergé, tout en surveillant strictement les excès de ses paroissiens, ne dédaignait pas prendre une goutte et les réunions de clergymen rivalisaient avec les dîners des gens du commun. En 1792, le gouverneur Hancock donna un dîner aux fusiliers dans le Club des Marchands de Boston et, pour 80 convives, il fut servi 136 bols de punch, 21 bouteilles de sherry et des quantités de cidre et de brandy. Mais une facture semblable a été conservée des boissons qui furent servies comme rafraichissements au moment de l'ordination d'un clergymen à Beverley, Mass., en 1785. Nous y remarquons ce qui suit:

	£	s.	d.
30 bols de punch avant la réunion	3	0	0
80 repas le matin	6	0	0
10 bouteilles de vin avant la réunion	1	10	0
68 dîners à 30 d.	10	4	0
44 bols de punch pendant le dîner	4	8	0
18 bouteilles de vin	2	14	0
8 bols de brandy	1	2	0
Rhum aux cerises	0	0	9

Ce serait une répétition inutile que de discuter l'habitude de boire de New-York et d'autres colonies. Il suffit de dire qu'à une époque avancée du siècle actuel, l'ivrognerie était extrêmement commune et quand le peuple s'y livrait, c'était une faute très vénielle et des plus pardonnables. C'est l'orgueil de notre civilisation dans le siècle actuel que pendant les 70 ou 75 dernières années, la société a complètement changé et que l'intempérance, bien qu'elle soit encore malheureusement dominante, est loin d'être aussi commune qu'elle avait coutume de l'être. En vérité, nous pouvons à peine nous imaginer l'état des affaires à l'époque de nos grands-pères. Il y a un certain nombre d'années, un homme du monde qui dînait dehors et qui n'était pas rapporté au fond d'un cab ou dans une brouette était considéré comme un homme qui ne savait pas se conduire. Il en était de même pour les classes les plus pauvres. Il y a juste un siècle, Geo. Washington engageait un jardinier et, dans le contrat, il était expressément stipulé qu'il aurait à Noël \$4 avec lesquels il pourrait s'enivrer pendant quatre jours et quatre nuits; \$2 à Pâques dans le même but; \$2 à la Pentecôte pour s'enivrer pendant deux jours; une goutte le matin et un grog au dîner de midi. La somme mentionnée n'était pas mesquine alors que Geo. Washington distillait son propre whiskey

et le vendait probablement à 30 ou 40 cents le gallon.

Pensez un peu au changement qui s'est opéré. Nous pouvons à peine nous figurer un homme de bonne société que le vin rendrait visiblement gai à un dîner. Il n'en retrouverait certainement jamais l'occasion si le fait était connu. Quant aux classes travaillantes, un commis, un chauffeur, un cocher ou même un jardiner, dont l'haleine sentirait le whiskey et que l'on verrait souvent entrer dans un hôtel courrait de grands risques de perdre sa position.

Le monde s'est enfin aperçu de ce que signifie l'ivrognerie. L'alcool pris à fortes doses est un poison, mais c'est un poison qui nuit à la famille, aux voisins et aux amis de l'ivrogne plus qu'à la victime elle-même. L'alcool jusqu'à un certain point lui cause du malaise, mais pensez à l'ennui qu'il cause à sa famille. L'alcool raccourcit sa vie certainement, mais pensez également aux autres vies qu'il raccourcit. Tandis que certaines personnes s'attaquent au problème avec des dénonciations violentes et que d'autres le font au moyen d'arguments plus calmes et non moins effectifs, le monde doit certainement une dette de gratitude à ceux qui font tant maintenant et qui ont déjà fait tant pour soulager l'espèce humaine du mal de l'ivrognerie.

Le Champagne Piper-Heidsieck cuvée 1900 est un vin absolument supérieur, l'année 1900 ayant donné des vins d'une finesse et d'une tenue remarquables.

L'embouteillage très soigné est aussi flatteur à l'oeil que le vin lui-même est flatteur au palais. Les connaisseurs n'en seront pas surpris, les produits de la maison Piper-Heidsieck étant connus depuis 1785 pour une perfection qui ne s'est jamais démentie. Ils méritent bien la vieille devise de la maison.

"Passe avant li melior" (Passe avant les meilleurs). Agents: MM. Laporte, Martin & Cie, Ltée.

La vente du Champagne Moët et Chandon augmente chaque jour.

Le "White Star" et le "Brut Imperial" sont de plus en plus populaires au Canada.

Ce résultat n'a rien de surprenant, la maison Moët et Chandon a établi sa réputation universelle en fournissant toujours des vins d'une qualité supérieure. Cette maison fondée en 1743 a toujours tenu l'un des premiers rangs parmi les grandes maisons de Champagne et l'on peut admettre sans risque de se tromper que 164 ans de succès continu dans le même genre de commerce sont une garantie de la qualité exceptionnelle des produits.

Les agents de cette maison au Canada sont MM. John Robertson & Son, Ltd.

MM. S. H. Ewing & Sons, 96 rue King, Montréal, ont constamment en magasin un assortiment complet de capsules pour l'embouteillage, dans toutes les grandeurs et toutes les couleurs. Ces capsules sont fabriquées par les manufacturiers les plus en renom de l'Europe.

LE WHISKEY ECOSSAIS

Peter Dawson

Cadeau

D'ici au 1^{er} mai, tout client qui achètera une caisse de PETER DAWSON recevra le magnifique couteau donné par la célèbre distillerie écossaise.

Figure au premier rang parmi les plus célèbres whiskeys. Son âge même l'a bonifié et il est absolument pur; sa saveur, son bouquet et son arôme sont incomparables. C'est le whiskey préféré des "clubmen," des bons vivants et des connaisseurs,

MARQUE FAVORITE:

Extra Special

AUSSI:

Rare Old Liqueur

Old Curio,

Plus de 20 ans d'âge.

BOIVIN, WILSON & CIE, 520 RUE ST-PAUL, MONTREAL, *Seuls agents pour le Canada.*

Les Cognacs Frapin sont les plus célèbres du district de Cognac. Ils ont remporté la *Médaille d'Or* aux expositions de Paris, en 1889 et en 1900. Introduits sur le marché canadien depuis quelques années, ils sont déjà les favoris avec une publicité relativement minime.



P. FRAPIN & CIE

VIEUX "BRANDIES"

Une Etoile!
Médical!

TRES VIEUX "BRANDIES"
GRANDE CHAMPAGNE

20 ans d'âge.
25 ans d'âge.
30 ans d'âge.

BOIVIN, WILSON & CIE,
Agents pour le Canada, 520, RUE SAINT-PAUL, MONTREAL.

LA SOLLICITATION D'ANNONCES

Méthodes à abandonner

Le temps est arrivé où les éditeurs devaient s'occuper de la question de la réglementation des agents de publicité et de leur sollicitation.

Les uns pensent que les solliciteurs devaient avoir une licence, d'autres que la loi devrait prémunir les annonceurs contre une sollicitation pour une publicité qui ne doit pas être faite dans des publications régulières. Il y a peut-être maintenant plus de fraude et de manoeuvres déloyales dans l'obtention des annonces que dans tout autre genre d'affaires au monde. Un certain nombre de ces manoeuvres ont été dévoilées, mais on continue à les pratiquer. Les éditeurs pris individuellement ne consentent pas volontiers à ce que leurs méthodes soient exposées ou critiquées.

Les pires méthodes usitées aujourd'hui, dit "Printer and Publisher", sont au nombre de trois: vient d'abord en premier lieu le stratagème mis à exécution dans presque toutes les villes du Dominion où une société, une église ou une autre organisation ont une réunion quelconque, pique-nique, assemblée annuelle ou vente de charité. Ces sociétés publient un programme, qui n'est pas nécessaire, simplement dans le but de solliciter des annonces auprès des marchands de l'endroit. Peu de marchands ont le courage de refuser. Ils savent que cette sollicitation constitue une manoeuvre déloyale et que l'annonce qui leur est ainsi extorquée leur rapportera peu, si toutefois elle leur rapporte quelque chose. L'argent qu'ils paient est porté au compte des frais de publicité et c'est autant de moins pour la publicité légitime dans les journaux. Partout les marchands détaillants devraient encourager unanimement toute mesure destinée à les délivrer de ce gaspillage inutile d'argent.

Deuxièmement, il y a des hommes experts en la matière qui se jettent, comme sur une proie, sur les grandes maisons de commerce des grandes villes et sur les manufacturiers. Ils publient un livre de renseignements pour quelque forte corporation ou organisation, prétendant qu'ils représentent cette organisation, que leur guide est une publication officielle, et que l'organisation sera ennuyée si les hommes dont on sollicite une annonce ne viennent pas en aide à l'organisation. Ces gens produisent une lettre, comme la chose a eu lieu récemment pour le chemin de fer du Grand Trunk, signée par le président, lettre qui a été reconnue fautive ensuite. Ces mêmes gens publient des livres de souvenir des pompiers; les profits réalisés par leur vente doivent aller au fonds de secours pour lequel ils sollicitent des annonces; mais si un com-

merçant dit qu'il ne se soucie pas d'annoncer, ils lui suggèrent une belle contribution pour un fonds de secours qui n'arrive jamais à destination, pas plus d'ailleurs que les profits réalisés par les annonces. L'expérience du Press Club de Toronto, il y a un an, est un cas entre beaucoup d'autres. Un faiseur bien connu, discutant une question d'association avec un autre agent de publicité dernièrement, prétendait gagner \$20,000 par an au moyen de ces stratagèmes. Entre temps, ses stratagèmes font du tort pour au moins le double de cette somme aux hommes qui font de la publicité honorable.

En troisième lieu, il y a les journaux soi-disant commerciaux et les journaux financiers qui s'attaquent aux banques, aux compagnies d'assurance et à d'autres sociétés financières. Ce sont tout bonnement des maîtres-chanteurs. Ils n'hésitent pas à dire à un banquier que s'il n'annonce pas chez eux, ils l'attaqueront. Pour quelque raison, les institutions financières sont assez sensibles à ces menaces. Ce en quoi elles ont bien tort. Elles n'ont pas besoin de craindre que ces publications leur causent le moindre préjudice. Quand le gérant général actuel de la banque Dominion établit une agence de cette banque à Montréal, le propriétaire d'un journal financier de cette ville alla le voir pour obtenir une annonce. Le gérant lui répondit que la banque ne faisait de publicité que dans les journaux quotidiens. Le journaliste lui dit qu'il ne serait pas avantageux pour la banque de ne pas figurer dans son journal. Le gérant exprima ses regrets, mais il lui était impossible de rien changer à sa règle de conduite. L'homme le menaçait en disant qu'il aurait à s'en repentir. Le banquier s'adressa à un de ses amis, un autre éditeur, dont le journal était un des plus importants dans son genre, et qui était justifié à tous les points de vue d'avoir l'annonce de la banque Dominion, mais qui ne faisait de publicité que par des moyens légitimes. Cet éditeur conseilla au banquier de ne donner son annonce sous aucun prétexte. Le journal attaqua le gérant personnellement et la banque en général. Comme le deuxième éditeur l'avait prédit, cela n'eut aucun effet. Les affaires de l'agence augmentèrent et c'est aujourd'hui celle qui occupe le deuxième rang comme importance.

Des éditeurs se demandent souvent pourquoi les banquiers, qui ont une forte organisation ne se réuniraient-ils pas pour combattre le chantage dont ils sont l'objet de la part de ces journaux ou de ces hommes à stratagèmes variés auxquels ils donnent leur argent.

Beaucoup de banques sont considérées comme une proie facile par ces faiseurs.

Les diverses associations de la presse devraient étudier cette question et s'ef-

forcer de développer une législation qui réduise au moins leur travail.

LES VITRINES DES MARCHANDS DE VINS

La compétition a obligé le commerçant moderne à faire de la publicité. C'est la compétition qui oblige les grands magasins, les établissements de nouveautés, à faire des étalages splendides dans leurs vitrines. Ce que font les marchands de draps, les autres commerçants doivent le faire, et l'époque n'est plus où même le marchand de vins pouvait s'asseoir en dehors de son magasin ou de son bureau, en fumant tranquillement sa pipe, et laisser la clientèle entrer lentement peut-être, mais cependant constamment et sûrement. Dans nombre de cas, de nos jours, pour faire des affaires, il est nécessaire d'attirer la majeure partie de la clientèle par la publicité, par la sollicitation et faire des étalages à effet dans l'établissement même, dit "Wine and Spirit Trade Record".

Pour parler du commerce des vins et liqueurs en particulier, on peut remarquer qu'en raison de l'ancienneté de ce commerce et du fait que quelques-unes des maisons les plus anciennement établies dans le pays s'y livrent, une comparaison avec les autres commerces s'impose nécessairement.

La simplicité d'un étalage contenant une cruche d'un gallon garnie d'osier, isolée parmi un nombre plus ou moins grand de bouteilles poussièreuses et de caisses, offre trop souvent dans notre commerce un contraste piteux par rapport aux brillants effets obtenus par d'autres commerçants. On jette souvent le blâme de cet état de choses sur le matériel employé pour faire des étalages. Il est vrai que des bouteilles, des jarres ou des flacons ne se prêtent pas à des étalages aussi compliqués et aussi artistiques que ceux que l'on peut faire dans les maisons d'articles d'habillement ou de nouveautés, grâce à la variété des couleurs que ces maisons peuvent exhiber et au matériel qui se prête mieux à un étalage. Il y a peut-être plus de variété même dans la picerie qui a à sa disposition des boîtes de conserves, des paquets de différentes grosseurs avec lesquels on peut représenter certaines formes, mais il y a des méthodes pour faire un étalage de bouteilles, de flacons, etc., qui ne peuvent pas manquer de rompre la monotonie qui n'est que trop apparente dans certaines maisons de vins dirigées d'une manière excellente.

Dans le commerce des vins, plus particulièrement que dans tout autre, il faut avoir quelques connaissances techniques pour entreprendre de faire un étalage dans une vitrine. L'arrangement d'une

Un Fin Brandy de "Bar."



Le Brandy "UNE ETOILE" de Hennessy plaira à tous vos clients. C'est un alcool absolument de pur raisin — garanti âgé de plus de six ans. La prochaine fois que vous commanderez des approvisionnements de bar, souvenez-vous d'inscrire le brandy



"Une Etoile" de Hennessy

Esprit de haut degré et Alcool STANDARD

(E. W. PARKER, - MONTREAL.)

Un alcool neutre et incolore, convenant à tous les usages.
Garanti par le Gouvernement Canadien avoir muri en Entrepot pendant deux ans.

Agents vendeurs : GILLESPIES & CO., MONTREAL.

vitrine ne devrait pas être confié à un novice, au plus jeune des vendeurs. On ne peut guère s'étonner des étalages imparfaits et peu attrayants que font beaucoup de marchands, quand on sait que ceux qui les font sont ignorants des éléments du commerce de vins. Par exemple, parmi les diverses considérations importantes, il faut étudier la sûreté du matériel. Quand je parle de matériel, le lecteur observera que je mets à peu près de côté la question de l'emploi de bouteilles ne contenant rien, pour mettre en étalage. D'abord, une bouteille vide, quelque bien disposée qu'elle soit, n'attire pas l'attention comme l'article véritable et dans le cas des bouteilles remplies d'un liquide factice, (c'est-à-dire bouteilles contenant une imitation de brandy, etc.), il y a le risque de mélanger ces bouteilles avec la marchandise réelle.

Par sûreté du matériel, je ne veux pas dire les précautions à prendre pour empêcher les bouteilles de s'abîmer dans le magasin, les étiquettes de passer de couleur, etc., mais je parle d'autres effets beaucoup plus importants sur les liqueurs elles-mêmes. L'apprenti le plus inexpérimenté apprendra par expérience que le stock doit être manié avec soin si une partie quelconque de ce stock est employée pour l'étalage en vitrines et que les marchandises qui ont été mises en étalage devraient être vendues les premières, car, par l'exposition en vitrine, la plupart des étiquettes, des capsules, etc., perdent leur couleur et beaucoup de leur brillant.

Il faut aussi se rendre compte de la grandeur de la vitrine à arranger, par rapport aux affaires qui sont faites dans le magasin. Je mentionne simplement cette question de dimension pour montrer au lecteur que je me suis occupé de ce qui convient au petit marchand aussi bien qu'au grand marchand. De cette question de la dimension de la vitrine dépend en grande partie l'étalage à faire dans de nombreux cas ; on s'en rend compte quand on réfléchit que si la vitrine est grande, mais si les affaires faites dans le magasin sont relativement faibles, il n'est pas aisé de donner chaque semaine du matériel nouveau, par exemple deux grosses de bouteilles de vin ou d'alcool, simplement pour en former un étalage, car il est évident pour tout le monde qu'avec un petit mouvement de marchandises on ne pourrait pas mettre en étalage du matériel qui pourrait être requis pour la vente dans un intervalle relativement court. Avec de grandes vitrines, des supports de bouteilles, des cartes d'étalage, des caisses, etc., doivent nécessairement servir à l'occasion pour remplir les intervalles là où on n'emploie pas de bouteilles remplies d'un liquide factice, tandis que si la vitrine est petite, les supports de bouteilles, etc., pour-

raient servir comme moyen de varier l'étalage. Toutefois, il y a souvent un avantage à avoir de grandes vitrines, et cet avantage ne doit pas être négligé et c'est le suivant : avec une vitrine assez spacieuse, on peut mettre en étalage des vins et des alcools qui ont l'air d'être mis là comme en vrac.

Il y a d'autres points moins importants que l'étalagiste dans le commerce des vins doit prendre en considération. Ce n'est pas seulement la grandeur de la vitrine, c'est-à-dire sa largeur, sa profondeur et sa hauteur qu'il faut considérer, c'est aussi son aspect, et cela plus spécialement en été et, si même on ne s'occupe pas de l'aspect de la vitrine, il faut se rendre compte si elle est exposée à des températures extrêmes causées par des courants d'air ou par la chaleur provenant du système d'éclairage. Si la vitrine n'est pas élevée, il faut nécessairement considérer la proximité des lumières. Si la vitrine est exposée au Sud il y a danger que les bouteilles de liqueurs soient affectées par le soleil.

Les saisons jouent aussi un rôle dans les étalages ; par exemple, en été, on fera un étalage de vins légers, en hiver, on mettra en vitrine d'autres marchandises, la succession des divers étalages mettant en exhibition les marchandises juste en demande dans le moment. Ayant déterminé ce qu'il faut mettre en étalage, il faudra s'occuper de détails accessoires sur la manière de disposer les marchandises. Les champagnes, les alcools, etc., sont facilement gâtés, les premiers quand les bouteilles sont placées debout et les derniers quand les bouteilles sont couchées. Si on emploie des vins jeunes en flacons ou en bouteilles, ce serait de la folie de les placer dans une partie de la vitrine affectée par le soleil. Il faut aussi donner de l'attention aux marchandises qu'on ne doit pas mettre en vitrine. Les champagnes en général ne conviennent pas à un étalage, bien qu'il faille admettre que la disposition des bouteilles est souvent très délicate et coûteuse. C'est pour cette raison même que les bouteilles ne se prêtent pas à la décoration des vitrines. Les feuilles dorées perdent bien vite leur fraîcheur, les délicates étiquettes françaises sont promptement affectées. Il est assez difficile d'arranger des bouteilles de liqueurs, et certains vins médicinaux se gâtent rapidement quand ils sont exposés à la lumière.

Il y a une bonne manière et une mauvaise manière d'exposer un article tel que le claret ; cela se comprend facilement quand on pense que les vins rouges sont mis dans des bouteilles de couleur foncée et conservés dans des caves obscures. Ces vins ne devraient pas être exposés à la lumière vive ou aux rayons du soleil. Comme tous les marchands expérimentés le savent, le vin est un com-

posé d'organismes vivants, de ferments obscurs. Quand il est gardé dans des bouteilles non transparentes, la vie de ces organismes est plus ou moins restreinte, mais sous l'influence des rayons du soleil, ils prennent une activité qui, si on la laisse continuer assez longtemps, finira par détruire le bouquet du vin. Suivant les diverses saisons, on peut faire des étalages spéciaux. Par là, je veux dire qu'on peut mettre en étalage une marchandise à laquelle la maison de commerce prend un intérêt particulier. Certains des grands marchands de la province, par exemple, sont propriétaires d'une liqueur célèbre ou d'un tonique. Cette liqueur ou ce tonique peut donc être l'objet, à des époques différentes, d'un étalage spécial. Un gin ou un whisky bien connus peuvent former la caractéristique spéciale de l'étalage, de temps à autre.

Des étalages spéciaux d'un vin particulier, etc., peuvent souvent être faits et cela avec l'aide des expéditeurs qui sont trop heureux de fournir le matériel voulu sous forme de cartes d'étalage, de photographies, de brochures, de modèles, de voitures à transporter le vin, etc. On peut obtenir beaucoup de ces cartes d'étalage avec une partie laissée en blanc, de sorte que le nom du marchand peut y être imprimé. On peut aussi avoir des caisses très bien marquées au fer chaud.

Pour les étalages de marchandises en vrac, on peut avoir des modèles de petits fûts, etc., tandis que dans presque tous les étalages on peut se procurer des affiches convenables pour mettre dans les vitrines, telles que représentations de grappes de raisins, grandes et petites, et j'ai même vu une vitrine très bien arrangée avec des imitations de grappes de raisin grandeur nature que l'on peut facilement se procurer chez beaucoup des marchands de jouets en gros. Même les mesures en cuivre dont certains marchands ont des assortiments complets peuvent être mises en service.

L'achat de nouvelles jarres garnies d'osier peut aussi servir à orner une vitrine. On peut découper des bouchons pour ces jarres et les sceller, de telle sorte que lorsqu'on les exhibe en vitrine, leur intérieur ne ramasse pas la poussière. De petites futailles peuvent généralement être nettoyées en les grattant. On devrait alors les garnir en peignant en noir les cercles de fer. De petites futailles de sherry, des tonneaux en épinette et un matériel semblable sont des modèles spécialement bons pour ce genre d'exhibition. Un étalage bien fait d'un outillage complet pour l'embouteillage peut quelquefois être très intéressant et très instructif pour les personnes qui ne connaissent pas cette partie du commerce des vins.

On peut même employer des couleurs, par exemple, on peut mettre en étalage :



Controleurs exclusifs de plus de 60
Agences Etrangères.

UN DEMI-MILLION de Dollars
de Droits Payé par An.

DOUZE
Entrepôts du Gouvernement.

DEUX
Magasins d'Excise.

Lawrence A. Wilson & Cie., MONTREAL. LIMITEE

Notre Stock de Vins et de Liqueurs est le plus grand et le meilleur au Canada.

CLARETS ET BOURGOGNES.

Nous détenons un stock très considérable et très choisi de Vins Château rouges et blancs de la Bordeaux Claret Co., ainsi que de vieux Bourgognes Rouges et Blancs en bouteilles.

SHERRIES.

Nous avons aussi en stock des sherries de Gonzalez & Byass en fûts et leurs Vieux Sherries des célèbres marques "Idolo" et "Cristina", embouteillés et cachetés dans leurs propres Bodegas. La réputation universelle de cette maison suffit à garantir l'excellence de ses produits.

ABSINTHE SUISSE.

Absinthe Supérieure de Gemppe Pernod.

APÉRITIF.

Le meilleur produit d'Espagne : Tot, l'Apéritif "Bambou".

COGNACS.

Entre autres marques importantes de Cognacs, nous sommes seuls à contrôler les marques suivantes : Boutelleau Fils, Cognac Distillers' Association, Carlat & Cie, Jos. Brémond & Cie, Régnier & Cie, ainsi que les Brandies Espagnols de Jimenez & Lamothe.

BLACKBERRY BRANDY.

Wilson's Blackberry Brandy, Liqueur Supérieure, qualité non surpassée.

LIQUEURS.

Marasquin de Levert & Schudel, Curaçao Orange, Crème de Menthe Glaciale, Anisette, Kümmel, Kirsch.

Petite Chartreuse Verte et Jaune, Liqueur Hanappier, Elixir de Spa.

WHISKY.

Nous importons énormément plus de "Scotch Whisky" que toute autre maison du Dominion. "Dunblane" pur grain et pur malt de Greenlees Brothers ; King Edward VII, Real Antique ; Hill-Burn Blend de Heilbron & Sons, Kings Liqueur ; Scottish Arms de R. Thorne & Sons, Antique Liqueur ; Three Star, Red, White and Blue de Haig & Haig, Five Stars, Tammany Scotch, Brae Mar Special, House of Lords, Five Crowns de Bruce Wallace & Co., Loch Caron Gleneil, A. Mac Murdo & Co., etc.

Les nombreuses qualités du Scotch Whisky, importé par nous de diverses parties de l'Ecosse, nous permettent de fournir tout arôme, couleur et âge aux prix d'importation.

ECHANTILLONS FOURNIS SUR DEMANDE.

des futailles de gin de Hollande, avec, comme fond, leurs caisses peintes en vert. De même, des capsules peuvent être arrangées autour d'un groupe de bouteilles de whisky capsulées avec le même genre de capsules. En été, on peut produire un effet de fraîcheur en répandant sur un petit nombre de caisses de brandy de la colle ordinaire pour les étiquettes de bouteilles, puis en parsemant cette colle fraîche d'un peu de l'emballage dont on se sert pour emballer le gin. La nouveauté de l'idée force le public à considérer ce spectacle et si l'étalage ne sert pas à leur rappeler leurs besoins en fait de rafraîchissements liquides et de stimulants, ce n'est pas la faute du marchand. En hiver, on peut créer un effet de chaleur en coupant en deux des paillons et on les pose légèrement autour des parois des caisses. On peut placer sur ces caisses des bouteilles d'alcool comme autant de sentinelles au sommet d'une forteresse. On peut former des arches en plaçant des paillons les uns sur les autres et en courbant la colonne ainsi formée en demi-cercle ou en d'autres formes, suivant qu'on le désire.

A l'époque de Noël, le marchand de vins peut faire un effet spécial, bien que naturellement les vins qui proviennent du climat du Sud ne soient pas habitués à la gelée et à la glace. On peut cependant faire un effet frappant en imitant la gelée au moyen d'une poudre. Cette gelée imitée peut être répandue sur les flacons ou les bouteilles de vin. Je mentionne les bouteilles de vin parce que cette gelée produit plus d'effet sur la couleur foncée du verre des bouteilles; avec cette gelée, on peut employer d'une manière appropriée des feuilles de houx avec les baies de cette plante, réelles ou imitées.

Une question importante à considérer est celle du prix des tickets et des cartes d'étalage. Dans quelques localités où le commerce se fait presque entièrement au comptoir, le plan le plus sage consiste toujours à montrer les marchandises avec les prix marqués simplement. Les anciens écussons verts et dorés produisent un effet très joli quand ils sont ajustés convenablement autour du goulot des bouteilles. Les tickets de prix, etc., sont faits d'une manière si artistique aujourd'hui que, dans la plupart des cas, ils ajoutent même à l'apparence du stock et bien que l'achat de jolies étiquettes, etc., forme souvent une dépense qui n'est pas à négliger, cette dépense finit toujours par payer à la longue. Un point moins important que j'ai omis en mentionnant les étalages de bouteilles, c'est qu'il faut toujours voir à ce que les étiquettes placées sur un rang donné de bouteilles soient à une hauteur uniforme. On ne devrait jamais choisir que les bouteilles de la même forme et, avec des bouteilles bien faites, des étiquettes de bon goût et des

cartes d'étalage artistiques indiquant le prix des marchandises jolies, arrangées pour obtenir l'effet maximum.

En ne perdant pas de vue la sûreté du matériel, si la vitrine est changée à intervalles fréquents, un joli étalage peut être fait de temps à autre avec des bouteilles d'alcool, en les disposant en demi-cercle. Sur la première rangée et entre chaque bouteille placée au fond, on forme un autre demi-cercle, les goulots étant arrangés un peu en arrière de ceux des bouteilles du rang inférieur. Sur le second rang, on forme un autre demi-cercle de la même façon, les goulots étant encore tournés assez en arrière de ceux des bouteilles du second rang, et ainsi de suite, de manière à former une sorte de pyramide, jusqu'à ce que la dernière rangée ne soit constituée que par une seule bouteille. Comme les goulots des bouteilles seront alors tous dirigés vers la vitrine (comme les gueules d'autant de canons dans un fort) avec des capsules aux jolies couleurs, un excellent effet est obtenu assez facilement et à bon marché. Mais la pyramide ne doit pas être tenue trop longtemps en étalage. Les bouteilles enveloppées, qu'elles contiennent du vin ou de l'alcool, ne sont pas aussi bonnes pour l'étalage que des bouteilles non enveloppées. D'abord, quand une bouteille est enveloppée, on ne voit pas très bien ce qu'elle contient; en outre, l'enveloppe n'est pas aussi facile à épousseter ou à nettoyer que le verre même de la bouteille et cette enveloppe indique quelque chose de peu soigneux, quelque chose qu'on a à cacher ou la hâte avec laquelle on a fait l'étalage.

J'ai parlé des points les plus importants concernant le traitement général et la disposition de l'étalage; il ne sera pas déplacé ici d'indiquer dans leurs grandes lignes un ou deux étalages spéciaux et la manière de les former d'une manière peu coûteuse au moyen du stock et des marchandises qu'on a généralement sous la main. Comme le claret est l'article ordinaire de vente chez la plupart des commerçants, commençons par un étalage de claret. En avant, on placera probablement quelques bouteilles échantillons factices et si la liste n'est pas trop considérable et peut tenir sur une carte ou sur un petit livret, ces bouteilles factices peuvent être placées tout-à-fait en avant de la vitrine, par exemple à une distance les unes des autres de quatre ou cinq pouces; entre ces bouteilles, on peut arranger des listes de prix. Les petites bouteilles et les brochures n'empêcheront pas qu'on ne voie le reste de l'étalage. Derrière ces bouteilles échantillons, on peut placer une caisse contenant des bouteilles remplies d'un liquide factice, rangées sur cinq ou six couches. Pour former ces coffres, il sera peut-être nécessaire d'employer des caisses pour les ex

trémities, en laissant voir la marque de ce vin. On peut alors disposer les bouteilles comme dans une cave. Pour former un fond à cet étalage, on peut employer de grandes et de petites cartes fixées immédiatement en avant des bouteilles: on peut placer une carte du département de la Gironde inclinée à un certain angle et sur laquelle on peut marquer avec de petites fiches les positions des quatre grands crus, Château Laffite, Château Latour, Château Margaux, Haut Brion.

On peut faire un étalage de vin de sherry et de vin d'Oporto, suivant les mêmes lignes, mais au lieu de la carte géographique, on emploie un modèle de voiture à transporter le vin, traînée par des boeufs.

Je peux aussi mentionner les détails d'un étalage spécial de whisky. Procurez-vous du ruban de soie blanc, étroit et une égale quantité de soie noire. La largeur du ruban varie suivant le goût. Mesurez la glace de votre vitrine diagonalement, et coupez suffisamment de chaque espèce de ruban pour aller d'un bord à l'autre. Tendez les rubans diagonalement, en travers de la glace, à l'intérieur, bien entendu, et fixez-les de telle sorte que le ruban noir croise le ruban blanc vers le milieu de la glace. Placez alors dans la vitrine un rang ou deux des bouteilles de whisky dont vous désirez spécialement pousser la vente. Ensuite, préparez quelques caisses de whisky en remplissant quelques-unes des caisses marquées avec des bouteilles vides dans leur paillon, laissant de la place pour deux ou trois bouteilles pleines. Prenez quelques longueurs de ruban et étendez-les diagonalement en travers de la paroi de la caisse, faisant face à la glace. On fixe les rubans solidement, de sorte que quand la caisse est mise debout, montrant les bouteilles pleines de whisky dans une pose convenable, celles-ci ne tombent pas. Toutes les cartes d'étalage ou les tickets de prix peuvent aussi être suspendus au moyen des mêmes rubans de couleur afin d'ajouter à l'effet général.

D'autres dessins spéciaux se suggéreront d'eux-mêmes facilement à l'étalagiste intelligent après qu'il aura acquis un peu d'expérience.

En conclusion, quand un magasin fait régulièrement un commerce de vins, d'alcool et de bière, un bon système peut être adopté de la manière suivante:

Première semaine. — Etalage de vins avec fûts de claret, capsules, futailles de sherry, etc.

Deuxième semaine. — Etalage d'alcool. Alcool en futailles.

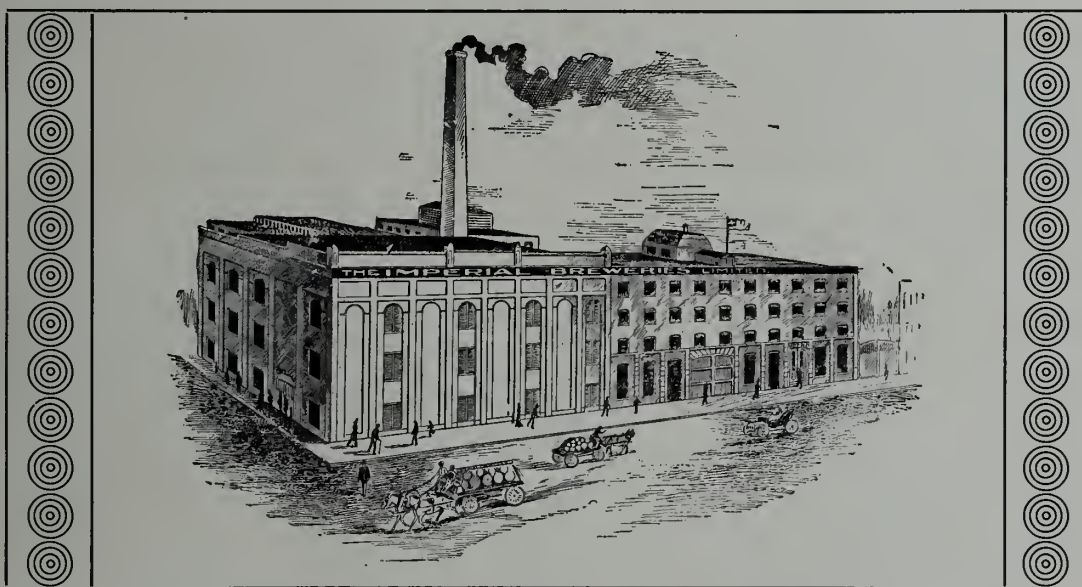
Troisième semaine. — Etalage de bière, Bière en fûts, avec de petits supports pour les demi-barils.

Quatrième semaine. — Etalage de vin en futailles.

— THE —
IMPERIAL BREWERIES

LIMITED

La Brasserie Coopérative des Hoteliers et Epiciers.



BIERE ET LAGER EN FUTS, MARQUES :

Imperial Breweries, Ltd. Extra Pale Ale.Imperial Porter,Imperial Lager,Salvador Lager.

Prix Spéciaux aux Actionnaires de la Compagnie

BRASSERIE ET BUREAUX :

617 Rue St-Paul,

=

=

Montréal.

Cinquième semaine.—Étalage d'alcool en vrac, alcool dans de petits fûts, etc.

Sixième semaine. — Bière en futaines avec cartes d'étalage appropriées, circulaires, etc.

Septième semaine.—Étalage de différentes marchandises mélangées.

On verra ainsi qu'en exerçant un peu d'ingéniosité et de jugement, les vitrines des marchands de vins, peuvent être arrangées avec goût et leur étalage varier périodiquement, sans compter qu'au premier abord, le matériel dont on dispose pour faire cet étalage semble être le moins convenable que l'on puisse trouver.

LES RELATIONS ENTRE CONCURRENTS

Certaines personnes semblent penser que l'entrée d'une nouvelle maison de commerce dans leur territoire est une insulte personnelle qui doit être accueillie par des remarques, des réflexions malveillantes à l'adresse des nouveaux concurrents et par d'autres attitudes enfantines; elles ne peuvent jamais admettre qu'il y ait place pour plus d'une maison faisant le même commerce qu'elles ou que leur maison n'était pas celle désignée par le destin pour s'occuper uniquement de leur commerce.

Il est étonnant que des hommes aient le jugement assez faussé pour ne voir rien de bon, rien d'honnête, aucun caractère, aucune aptitude chez un autre homme, simplement parce que ce dernier est dans le même commerce qu'eux. Il est heureux que ce sentiment diminue tous les ans, mais il règne encore trop. Chaque homme a le droit de gagner sa vie et il ne peut rien entreprendre sans entrer en concurrence avec quelqu'un. Il est sage pour l'homme soumis à une nouvelle compétition d'envisager la chose philosophiquement.

Le nouveau venu peut être irresponsable; dans ce cas il ne durera pas longtemps. Il peut être incapable, le résultat sera le même. Il peut ignorer les détails de son commerce: le commerçant établi a alors tout l'avantage. Il peut avoir manqué de jugement dans le choix de son champ d'action ou dans celui de la carrière qu'il a embrassée. Dans ce cas il est à plaindre, car si le territoire est trop petit, le nouveau venu se trouve en état d'infériorité et ne réussira certainement pas, à moins qu'il ne soit plus entreprenant, plus accommodant, plus intelligent, plus au courant de son affaire ou mieux outillé que son compétiteur déjà établi.

En tout cas, dit H. A. Just, dans "Commercial", il faut prendre les choses comme elles sont et, quand la concurrence est établie, il n'y a rien à gagner à témoigner de la mauvaise humeur. La mauvaise humeur ne retient pas la clientèle

et n'attire pas de nouveaux clients. Le compétiteur est là, il vit et il est capable; il faut que la maison anciennement établie déploie quelque activité si elle veut maintenir sa situation et obtenir sa part des affaires, il faut que son chef s'occupe de faire quelque chose pour faire face à la concurrence et n'être pas distancé. Cette nécessité ne signifie pas que le concurrent soit un usurpateur, un voleur, un homme incompetent et qu'il faille le traiter comme tel.

Les affaires sont les affaires et, sous certains rapports, elles constituent une guerre entre les forces rivales pour obtenir la victoire et en recueillir les fruits; mais il n'y a pas de raison pour que certaines règles ne président pas à cette lutte, de même que certaines règles sont observées par les nations civilisées en état de guerre, règles grâce auxquelles les combattants se traitent loyalement, honnêtement et aussi humainement que possible. Il n'y a pas de raison pour qu'un concurrent ne soit pas traité loyalement, avec courtoisie et civilité. Il est probable qu'il accordera en retour le même traitement plutôt que de recevoir d'une manière désagréable les avances qui lui seront faites.

Ce compétiteur, à moins qu'il ne soit un rustre d'une ignorance grossière, sera plus qu'heureux de répondre à des avances amicales. En travaillant de concert dans un esprit d'amitié, le trouble peut être éliminé et une grande économie peut en résulter, car une très grande proportion des comptes perdus proviennent de personnes qui ont l'habitude d'aller d'un magasin à un autre, prenant à crédit dans un endroit, jusqu'à ce que crédit leur soit retiré; elles vont alors ailleurs pour recommencer la même opération. En travaillant de concert, les marchands peuvent aussi beaucoup faire pour obtenir des paiements plus prompts de clients bons mais lents à payer; car ils peuvent s'entendre dans ce but et ils ne craindront plus, s'ils insistent pour être payés, que leur concurrents obtienne la clientèle de ces acheteurs qui tous semblent croire que leur compte est le seul que le marchand ait en mains.

Les marchands peuvent s'entraider beaucoup en vendant à un rival un article dont celui-ci peut avoir besoin pour exécuter une commande, s'il est temporairement à court de cet article.

Tous les marchands se trouvent parfois à court de quelque chose et il arrive d'habitude que ce manque est découvert quand il s'agit du dernier article nécessaire pour compléter la commande d'un très bon client. On peut aussi économiser de l'argent par des achats en commun, et il n'y a réellement aucune bonne raison pour n'avoir pas recours à cet expédient.

Le concurrent est un être humain, très humain, avec les défauts et les faiblesses

ordinaires du genre humain; il possède aussi une bonne nature, de l'honnêteté, de la franchise et il répondra de la même manière à toutes les avances qui lui seront faites. Par des relations sociales, beaucoup de bien peut être fait, les angles s'arrondissent, la concurrence est rendue moins désagréable et les chances d'un commerce profitable pour les deux parties sont très améliorées. Le rabais sur les prix et la compétition désastreuse se produisent rarement, quand des commerçants sont en bons termes.

LE COMMERCE DU COGNAC EN 1906

Le "Wine and Spirit Journal" publie l'extrait suivant du rapport annuel du vice-consul anglais à La Rochelle, France:

La vendange de 1906 a été exceptionnelle, tant pour la quantité que pour la qualité. Elle a produit, d'après les chiffres officiels qui m'ont été fournis, 56,002,848 gallons pour une superficie de 130,991 acres, dans le département de la Charente-Inférieure, et 16,280,000 gallons pour une superficie de 60,515 acres dans le département de la Charente. La quantité de vin fournie par le raisin pressé a été en moyenne de 427 gallons par acre dans la Charente-Inférieure et de 269 gallons par acre dans la Charente. Mais dans la région située au Sud-est de Cognac, région qui produit l'eau-de-vie Grande Champagne, les vignes ont donné jusqu'à 1,781 gallons par acre, avec un rendement total de 8,800,000 gallons.

Le degré alcoolique des vins étaient de 9 degrés en moyenne, mais atteignait 10 ou 11 pour cent d'alcool dans le voisinage de Saintes (Charente-Inférieure). Le vin pour la distillation du cognac Grande-degré d'alcool. Ainsi, pour trouver le prix du vin par barrique de 205 litres (45.15 gallons), il faut multiplier le prix par degré, par le nombre de degrés. Le vin pour la distillation du cognac Grande-Champagne a été vendu cette année à raison de 4 francs 25 (\$0.85) par degré ou approximativement \$7.60 par barrique de 45.15 gallons, la force de ce vin en alcool étant de 9 degrés. Les vins de la côte de la Charente-Inférieure et des îles de Ré et d'Oléron, fournissant le type le plus bas du cognac de la Charente, comme délicatesse et moelleux, ont été vendus pour moins de 2 francs (\$0.40) par degré, soit approximativement 18 francs (\$3.60) par barrique.

La récolte et la production de l'eau-de-vie dans les Charentes, en 1906, ont été, autant que j'en peux juger par les statistiques en mains, les plus fortes qui aient été connues depuis l'invasion du phylloxéra, du moins en ce qui concerne le département de la Charente-Inférieure. Avant le phylloxéra, le département de la Charente produisait d'habitude autant

LAW, YOUNG & CO.

MONTREAL.

CHAMPAGNE

POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix
sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
Ale & Stout....Daukes & Co.
Bénédictine.....Benedictine Co.
Bourgognes.....Bouchard père et fils.
Brandy.....Renault & Co.
Cherry Whisky (The Original) Fremy's
Claret et Sauterne.....Nathl. Johnston & Sons.
Crème Cacao Chouva . . . A. Droz & Cie.
Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
Gin London Dry "Gordon's."
Ginger Ale Anglais..... "Schweppes."
Lime Juice.....L. Rose & Co.
Liqueurs.....Marie Brizard & Roger
Madère.....Leacock & Co.
Soda Anglais..... "Schweppes."
Stout.....Wheeler & Co.
Tarragone.....Louis Quer.
Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
Vin de MalagaCrooke Bros.
Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
Vins de Porto et Sherries.. "Mackenzie."
Vins du Rhin et Moselle...Koch Lauteren & Co.
Whisky Ecossais..... "Kilmarnock."
Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.

SOYEZ ELÉGANT

Quand vous êtes en route



L'apparence compte, si
vous êtes bien équipé, quand
vous conduisez une voiture—
Etre bien équipé, c'est avoir
la voiture fabriquée par
HENEY—la marque "Crown."

Examinez simplement
notre stock de

**Buggies,
Runabouts,
Naps,**

le choix idéal pour l'hôtelier,
le commerçant ou le marchand entreprenant.

HARNAIS pour toutes les fins.

Tous les articles pour **CHEVAUX** ou **ECURIES.**

E. N. HENEY Co., Limited

Manufacturiers en Gros et en Détail
de Voitures et de Harnais : : : :

333-335 rue St-Paul, - MONTREAL.



Cette Marque Célèbre
Mise en

Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott Ontario.

"NEW-YORK."

"CANADA."

que celui de la Charente-Inférieure, mais maintenant sa production n'est que d'un quart à un tiers de celle de ce dernier département. Toutefois, parmi ses cognacs, figurent ceux qui sont les plus renommés pour leur délicatesse, leur arôme et leurs qualités de conservation (crûs de la Grande Champagne et partie de ceux de la Petite Champagne).

Quant aux diverses catégories de cognac, les plus estimées (Champagne, Borderies et Fin Bois) sont distillées de vins fournis par des vignes cultivées dans un district ayant la ville de Cognac pour centre, et la diminution de valeur et de prix est en raison directe de l'augmentation de distance de Cognac dans la direction de la côte. Plus avant dans l'intérieur, les vignobles qui ont Angoulême pour centre produisent les eaux-de-vie du type Fin Bois.

La distillation par les petits producteurs reprend peu à peu dans les Charentes, et les marchands des divers centres trouvent plus commode d'acheter l'eau-de-vie toute distillée que d'acheter des vins et de les faire distiller dans leurs propres établissements et dans ceux des distillateurs de profession. De plus, le prix des vins étant bien maintenu, c'est une autre raison qui pousse les marchands à revenir au système en usage avant le phylloxéra. En tout cas, les nombreux petits producteurs, soit à cause d'une prospérité plus grande ou d'une richesse accumulée, soit à cause de plus grandes facilités à emprunter de l'argent, recommencent à distiller leurs vins et à conserver leur eau-de-vie jusqu'à ce que le moment soit favorable pour la vente.

Si la subvention que l'Etat accorde aux banques agricoles mutuelles et qui doit être augmentée est suffisante à leur procurer l'aide nécessaire, il semble peu douteux que les producteurs de vin les plus nécessiteux retournent à l'ancien système de distillation et qu'étant à même de conserver leurs eaux-de-vie, ils obtiennent de nouveau une position plus indépendante vis-à-vis des grands commerçants.

La production des vignes des Charentes a été beaucoup augmentée dans ces dernières années, grâce à une culture plus soignée que celle qui était pratiquée avant le phylloxéra; toutes les maladies de la vigne sont traitées avec soin, les ceps sont plantés en rangs réguliers, à intervalles suffisants, et taillés avec soin, etc. L'emploi des engrais artificiels a aussi augmenté la production qui, dans de nombreux cas, est double maintenant de la quantité obtenue par acre avant l'invasion du phylloxéra, surtout là où des ceps américains ont été plantés. Une culture intensive est faite particulièrement dans la région de la Grande Champagne, près de Cognac.

Les prix d'achat des eaux-de-vie ont

été les suivants approximativement : Grande Champagne, 200 francs l'hectolitre (\$1.77 le gallon); Petite Champagne, 190 francs l'hectolitre (\$1.66 le gallon); Fin Bois, 175 francs l'hectolitre (\$1.54 le gallon). Les prix des cognacs inférieurs, Bons Bois, Bois Ordinaire et Bois à Terroir, varient trop dans chaque localité pour qu'il soit utile de donner les prix courants.

Le type Bois à Terroir, la classe la plus inférieure de cognacs, moins estimée que les autres à cause de son goût de terroir, est l'eau-de-vie distillée des vins produits par les vignes cultivées le plus près de la côte de la Charente-Inférieure et dans les îles de Ré et d'Oléron. Le prix courant d'achat de cette eau-de-vie, pour la cuvée de 1906, est de 110 francs l'hectolitre (\$0.97 le gallon) pour le premier choix.

En règle générale, les cognacs les plus estimés (ceux produits dans les terres de l'intérieur) ont les qualités importantes de vieillir plus lentement et de s'améliorer pendant un plus grand nombre d'années que les eaux-de-vie de la côte. C'est une des causes de leur prix plus élevé.

LE CONSOMMATEUR

Il existe un homme qui connaît une quantité de choses au sujet de votre commerce et qui ne vous fait rien payer pour vous communiquer ce qu'il sait: c'est celui qui se sert de vos marchandises. C'est généralement un observateur profond et, si vous vous adressez directement à lui, il est facile d'en obtenir de bonnes suggestions. Il est avantageux d'être en bons termes avec le consommateur. Posez-lui des questions. Il sait de quoi il parle, parce qu'il a placé de l'argent dans vos marchandises, et il y a cent à parier contre un qu'il aura l'oeil sur son placement et qu'il essaiera d'apprendre tout ce qu'il pourra à ce sujet. Allez le voir quand vous avez quelques minutes disponibles. Votre entrevue vous vaudra des dividendes par ce que vous en apprendrez. Le vendeur qui entasse plus de connaissances qu'il n'est nécessaire pour sa part, met en réserve un capital supplémentaire qui lui permettra d'obtenir une meilleure position dans sa compagnie.

Cette affaire est comme la nature humaine; elle offre beaucoup plus de difficultés qu'il n'en paraît à la surface.

Il n'y a qu'un seul moyen de les maîtriser; ce moyen peut se résumer en deux mots: "Etude et travail." Le travail ardu a été inventé il y a longtemps et personne n'a jamais pu lui trouver un succédané satisfaisant. S'il y a un moyen plus court d'arriver au succès, dit "Salesmanship", nous serons reconnaissants au vendeur de nous le faire connaître immédiatement par télégramme à nos frais.

LES LIQUEURS ALCOOLIQUES DANS LE DOMINION

Les rapports officiels sur la consommation des liqueurs alcooliques au Canada indiquent une nouvelle augmentation. Voici, dit "Wine and Spirit Journal", les chiffres qui viennent d'être publiés pour les douze mois finissant au 30 juin pour les deux exercices 1905 et 1906:

	1905	1906
	Gallons par tête de population	Gallons par tête de population
Vin . . .	0.91	0.92
Alcool. . .	0.94	0.947
Bière. . .	5.25	5.585

Les augmentations sont ainsi apparentes pour les trois articles; l'augmentation la plus marquée est celle de la bière. Pendant les quinze dernières années, la consommation de cette boisson dans le Dominion s'est élevée de 3.8 gallons par tête à 5,585 gallons, soit une augmentation de 1,785 gallons par tête de population. Ce mouvement ascendant a été graduel; il n'a eu qu'une légère baisse pendant l'année 1903. La production de la bière pendant la période comprise entre 1891 et 1905 a aussi augmenté de 18,000,000 de gallons, mesure impériale, et les importations se sont accrues. La consommation totale de la bière pendant l'année 1905 a été à peu près égale à l'ensemble de la production et de l'importation; cette consommation représente presque 31,000,000 de gallons.

Il y a très peu de fluctuation dans la consommation totale des vins ou dans leur consommation par tête de population. En 1905, la quantité de vin importée s'élevait à un total de 600,000 gallons, tandis que la consommation dépassait 557,000 gallons.

Une augmentation matérielle de l'importation et de la production des spiritueux a eu lieu. En 1891, la production des spiritueux s'élevait à 4,397,000 gallons à preuve, tandis qu'en 1905, elle dépassait d'une fraction 6,000,000 de gallons à preuve.

Les importations en 1891 étaient de 956,000 gallons à preuve et, en 1905, ces importations passaient brusquement à 2,612,000 gallons à preuve.

Une augmentation satisfaisante se fait aussi voir dans les exportations de whisky distillé au Canada, leur total s'étant élevé de 81,000 gallons à preuve, en 1891, à 454,000 gallons en 1905.

Dans la consommation des spiritueux, un changement très matériel s'est produit pendant les quinze dernières années. En 1891, la consommation était d'un plus de 3,500,000 gallons à preuve, ce qui représente 0.774 gallon par tête de population; mais en 1905, cette quantité s'élevait à 5,366,000 gallons à preuve, ou à une moyenne de 0.94 gallon par tête de population. Le taux de la consommation

BERNARD & LAPORTE

Importateurs des Célèbres
Liqueurs Françaises

Portant la marque **GABRIEL VIARD**, de Troyes, France.

"Pur Abricot,"
"Viardietine,"

"Marasquin,"
"Chartreuse,"

"Cacao Shouwa,"
"Crème de Moka,"

"Curaçao,"
"Anisette," etc.

Cognacs de la Maison
LUCIEN FOUCAULD & Co.

En Caisses et en Fûts

Les Marques **Medico-Tonic**

★ et ★ ★ ★

sont les plus populaires sur notre marché. On les trouve en vente dans tous les principaux établissements. Pour Prix et Renseignements, s'adresser aux

Seuls Agents pour le Canada:

BERNARD & LAPORTE

253-255, rue St-Paul, - - - MONTREAL.

ETIQUETTE D'EXPORTATION DES FABRICANTS DE CIGARES DE CUBA.

Autorisé par le Gouvernement de la République de Cuba.

Le nom du Fabricant ou celui de sa Marque sera imprimé sur l'espace en blanc de cette Etiquette.



DETAILLANTS ET FUMEURS

Veuillez Remarquer que toutes les boîtes de cigares et de cigarettes et tous les paquets de tabac haché portant une copie de l'étiquette de l'Union, portent une **Garantie** que leur contenu est un produit **Pur** de la **Havane, Cuba**.

Toutes les boîtes et tous les paquets qui ne portent pas cette étiquette **Peuvent** n'être **Pas** des produits **Véritables** de la **Havane, Cuba**.

Couleurs de l'Etiquette:—Noir sur fond bleu pâle.—Couleur du Sceau de la Présidence de la République:—Bleu foncé.

en 1898 était de 0.56 gallon à preuve par tête de population; mais depuis, le taux a augmenté sans discontinuer, le plus grand écart ayant eu lieu en 1904, où la proportion était de 0.94 contre 0.83 en 1903, différence de 0.12 par tête de population dans l'intervalle d'un an.

Tout bien considéré, on peut donc dire qu'il y a une tendance à une augmentation dans la consommation des liqueurs alcooliques au Canada et, comme résultat naturel, le revenu qui en dérive prend d'année en année des proportions plus considérables. Les chiffres du revenu de l'intérieur pendant les trois dernières années sont les suivants:

Exercice finissant le 31 mars 1907	\$8,828,716
Exercice finissant le 31 mars 1906	7,822,173
Exercice finissant le 31 mars 1905	7,160,150

On voit ainsi que la différence entre 1907 et 1906 est de plus de \$1,000,000 : par rapport à 1905, la différence est beaucoup plus grande. Il faut encore ajouter aux chiffres du revenu de l'intérieur, le revenu encaissé par les douanes. Pour les quelques dernières années, le pourcentage des recettes provenant de taxes perçues sur les boissons alcooliques—revenu de l'intérieur et douanes—par rapport au revenu total du Dominion, a été de 18 pour cent, ce qui montre la valeur de cette branche du revenu pour le pays.

Il est à peine nécessaire de faire des commentaires sur les chiffres précédents. Ils indiquent non seulement que le commerce des liqueurs alcooliques est nécessaire et légitime, mais qu'en dépit de l'activité de certains partisans de la prohibition, la quantité de liqueurs consommée par le peuple canadien est loin de diminuer. Ce fait, ajoute notre confrère, devrait donner à réfléchir aux partisans de règlements de restriction, ils devraient se demander si leurs méthodes d'action sont erronées ou non, et la valeur pour le trésor du Dominion des recettes produites par les liqueurs alcooliques ne devrait pas échapper à leur observation.

LA PUBLICITE INTELLIGENTE

La publicité est le secret des affaires. C'est le canal par lequel le vendeur arrive à l'acheteur. C'est pourquoi la publicité est une chose essentielle. Elle est nécessaire dans toutes les branches des affaires — industrielles et commerciales, générales et locales.

Il y a cependant des commerçants qui faisaient autant d'affaires, il y a vingt ans, qu'ils en font maintenant, et ces hommes ont en horreur toute dépense dans les journaux. L'agent de publicité a toujours été mal vu d'eux.

Si ces marchands étudiaient la situation au point de vue de l'acheteur, ils

s'apercevraient de leur erreur. J'admets, dit W. H. Myers dans "Advertising World", qu'il arrive souvent que la publicité se traduise par une perte avant de produire un gain. La publicité représente le temps des semailles, de la plantation. Plus tard arrive le temps de la moisson et je crois fermement que l'argent dépensé en annonces n'est jamais perdu, si l'article annoncé est tel que représenté.

La sollicitation personnelle n'est pas de la publicité. Le prospectus est nuisible, il crée du dédain, et sa distribution est primitive, enfantine.

Il faut de l'énergie pour commencer à faire de la publicité et, après tout, c'est peut-être ce qui fait défaut à beaucoup de personnes. Une fois qu'on a commencé à faire des annonces dans les journaux, on s'aperçoit que c'est une nécessité payante. Une publicité puissante est une "simple histoire bien racontée", dans laquelle l'énergie n'est pas gaspillée en préliminaires; cette publicité ne vise pas à décevoir, elle est faite dans l'idée que tous les lecteurs savent comprendre un langage simple. Bien que les phrases qui tirent l'oeil soient bonnes à employer, je crois que le langage simple et un style facile font partie des annonces qui produisent de l'effet. C'est le seul genre d'annonces à considérer.

La plupart des gens se trompent en considérant la rédaction d'une annonce comme une tâche difficile.

Ils essaient d'écrire une affiche de cirque plutôt qu'une histoire courte, exacte, de la proposition qu'ils ont à faire. En outre beaucoup de commerçants essaient d'en dire trop au sujet de leurs affaires. Ils remplissent leurs annonces d'un trop grand nombre de mots techniques. Ils oublient qu'il y a des choses à ne pas dire; ils oublient qu'il est facile de tomber dans une ornière étroite, dans la trivialité.

Je connais des marchands qui, lorsque l'agent de publicité se présente, lui répondent: "Publiez la même annonce que l'année dernière à pareille époque".

Racontez ce que vous avez à dire comme si vous parliez à votre client au comptoir. Pour que votre annonce dise quelque chose, il faut qu'elle fasse parler le lecteur. Annoncez dans les journaux et faites-le de telle sorte que les lecteurs retiennent de vos annonces ce dont vous désirez qu'ils parlent. Voilà le secret d'une publicité intelligente.

The Imperial Breweries, Limited

Idee excellente et succès remarquable

Nous avons eu l'occasion, en publiant les comptes-rendus des assemblées de l'Association des Commerçants Licenciés en Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal, de mettre devant les yeux de nos lecteurs les difficultés qui s'étaient élevées entre les hôteliers et les brasseurs à la

suite d'une augmentation générale des prix de la bière par ces derniers.

Depuis, nous avons dit que les hôteliers n'avaient trouvé rien de mieux, pour secouer le joug qu'une entente des brasseurs faisait peser sur eux, que de s'unir pour devenir brasseurs à leur tour.

C'était en effet le vrai remède au mal.

Les hôteliers sont de grands consommateurs de bière, ou mieux de grands distributeurs de bière et si, avec une augmentation du prix d'achat, ils devaient continuer à vendre aux anciens prix, c'était pour eux une perte de profits certaine. Le résultat était le même si, en augmentant le prix de vente, la consommation diminuait.

Nous avons dit, en rendant compte de l'inauguration de "The Imperial Breweries", comment les hôteliers étaient sortis de l'impasse dans laquelle ils auraient certainement mis l'augmentation du prix de la bière.

L'idée de produire eux-mêmes une marchandise dont ils partagent avec les épiciers licenciés le monopole de la vente au détail devait naturellement venir aux hôteliers.

Mais en même temps, ils ont pris les moyens propres à assurer le succès de leur entreprise.

Ceux qui se sont mis à la tête du mouvement ont jugé sagement que, pour faire oeuvre utile et durable en faveur de la corporation des hôteliers, il fallait les intéresser tous ou, du moins, la grande majorité, dans l'entreprise. A proprement parler, ils ont fondé une brasserie coopérative dans laquelle peuvent prendre des parts tous les commerçants autorisés à vendre de la bière.

Tous les sociétaires jouissent d'avantages marqués, tels que réduction sur les prix et partage dans les profits.

Bien que l'Association soit de formation récente, un grand nombre d'actions ont été placées; plus de deux cents cinquante actionnaires ont voulu participer aux avantages qui leur sont offerts. Les administrateurs de l'entreprise ont eu l'heureuse idée de fractionner les paiements des souscripteurs; ils peuvent libérer leurs actions moyennant des paiements mensuels de 10 p.c. De cette façon, les actions se trouvent non seulement à la portée de tous, mais encore le fractionnement des paiements permet aux hôteliers économes et prévoyants de prendre un plus grand nombre de parts.

Nous disons aux hôteliers "prévoyants" parce que nous considérons les parts de la "Brasserie Impériale" comme constituant un excellent placement; elles ne tarderont pas à être au-dessus du pair auquel elles sont encore actuellement.

Nous en avons pour preuve les résultats déjà acquis. La demande pour les bières, porters et lagers de l'Imperial Breweries est telle qu'il a déjà fallu doubler sa capacité de production.

Dans de telles conditions, nous ne croyons pouvoir mieux faire que d'encourager fortement les hôteliers qui n'ont pas encore souscrit actuellement à prendre des parts au plus tôt; plus tard, il faudra les payer beaucoup plus cher que le prix auquel elles sont actuellement offertes.

Le vendeur qui gagne le salaire le plus élevé est celui qui rapporte le plus. Ne vous encombrez pas d'un vendeur qui ne gagne jamais un bon salaire; il ne rapporte rien.

Pompes à Bière et Fournitures de Bars

DIRECTEMENT DE LA MANUFACTURE

Elles Economisent tous les Profits des Marchands

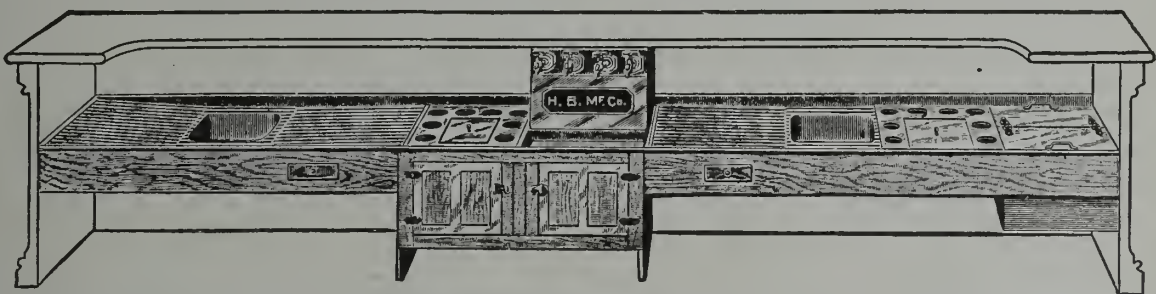
THE HAMILTON BRASS MANUFACTURING CO., LIMITED

HAMILTON, ONTARIO.

Seuls Manufacturiers Canadiens de Fournitures
de Bars de toute espèce. Demandez le Catalogue.

MONTREAL, P. Q.

NOUS AVONS UNE LIGNE COMPLETE DE POLIS POUR LAITON, CUIVRE, ETC.
ESSAYEZ-NOUS POUR LES REPARATIONS DE BARS.



Bureau à Montréal, 327 RUE CRAIG OUEST - Téléphones: Bell et des Marchands



L'avez-vous
en Stock ?

Il se vend beaucoup de

Vin St-Martin

C'est un Tonique Re-constituant combiné avec le plus généreux des Vins : c'est aussi le plus ancien des vins toniques connus.

La demande augmente tous les jours et notre publicité très étendue est à l'avantage du marchand qui le tient en stock.

DISTRIBUTEURS GENERAUX:

Maison FOURNIER-FOURNIER

LIMITEE

ST-HYACINTHE, P.Q.

Avez-vous
Essayé les

Cocktails Saratoga

"Manhattan,"
"Club Whisky,"
"Brandy,"
"Holland."

Les seuls Cocktails de ces marques faits au Canada.

En vente chez tous les marchands de Liqueurs en gros.

Escomptes spéciaux aux maisons de gros.

AGENTS POUR LA PUISSANCE.

D. McMANAMY & CO.

Marchands de Liqueurs en Gros

SHERBROOKE, QUE.



LES VINS LEGERS

Le journal "The Hospital", de Londres, est un des journaux reconnus qui traitent des sujets de science médicale et d'administration d'hôpitaux, dit "Ridley's Wine & Spirit Circular." Il y a quelque temps, ce journal entreprit de faire une enquête sur les effets produits sur les fonctions physiologiques du corps par divers breuvages alcooliques et non-alcooliques. Cette enquête terminée, notre confrère a offert à ses lecteurs, un rapport détaillé de la commission qu'il avait nommée. Nous laisserons complètement de côté la partie chimique de la question et nous ne nous occuperons que des conclusions générales, qui concernent à la fois le public et le commerce.

Considérant le sujet au joint de vue de la tempérance, la commission fait remarquer que la fonction la moins importante du vin, c'est d'enivrer. Ce n'est, en effet, que quand le vin est absorbé immodérément, qu'il commence à produire cet effet et la commission déclare, en conséquence, "qu'on ne peut insister avec trop de force sur ce fait que le vin léger est essentiellement un breuvage de tempérance et que l'alcool qu'il contient est, dans nombre de cas, une chose d'importance secondaire." Cette conclusion est si importante qu'elle ne devrait pas être perdue de vue par les commerçants. Elle fournit une réponse catégorique à ceux qui ne peuvent rien voir de bon dans l'alcool et qui, en conséquence, en disent tout le mal possible ainsi que de ceux qui en vendent ou qui en consomment. La commission, toutefois, va beaucoup plus loin. Elle fait ressortir que l'alcool pris en quantités modérées non seulement aide à la digestion, mais agit aussi comme stimulant de la respiration et que le vin, à doses modérées, est un aliment qui ne donne pas de déchets et qui ne demande pas de digestion, car il est absorbé rapidement de l'estomac. La commission prouve par des expériences, convaincantes et simples, que les assertions si souvent faites que le vin n'est pas réellement un aliment, ne sont réellement pas soutenables; elle ajoute toutefois que les buveurs de vin devraient en user avec modération et s'assurer que leur vin est de bonne qualité.

Après avoir loué le vin comme producteur de bonne santé, la commission a quelque chose à dire sur le thé, et les personnes qui se livrent à une consommation exagérée de ce breuvage soi-disant inoffensif, peuvent bien être déconcertées du verdict rendu par la commission. Celle-ci déclare que la valeur nutritive du thé est absolument nulle, que c'est seulement un stimulant, tandis que la quantité de tanin qu'il contient, surtout, quand le thé est pris sans avoir subi une longue infusion, est nuisible aux parois de l'estomac.

Il semblerait par là que nos aïeux n'avaient pas tout à fait tort, quand ils offraient aux personnes qui venaient les voir l'après-midi, du vin blanc ou du vin rouge au lieu d'une tasse de thé, et que le changement de mode est plutôt nuisible à la constitution du peuple anglais. La commission décide sans hésiter qu'un vin rouge léger est beaucoup plus hygiénique que du thé ou des boissons comme le ginger beer et le ginger ale.

Dans un autre ordre d'idées, la commission donne des preuves que la plainte constante au sujet de l'adulteration du claret et d'autres vins légers consommés en Angleterre est une exagération grossière. Elle dit en propres termes "que l'acheteur de vins français est à peu près sûr de n'obtenir que du vin véritable, et nous avons la conviction que la conclusion de la commission est entièrement justifiée. Le rapport tout entier est empreint de sens commun et tout ce qui peut ressembler à un préjugé technique y fait défaut. Nous avons souvent écrit qu'il est simplement absurde pour un médecin de recommander à un malade un vin particulier, en affirmant que tous les autres sont nuisibles; c'est prétendre à des connaissances qu'aucun praticien ne possède. A ce sujet, le rapport contient ce qui suit: "La règle pratique à suivre est que les malades souffrant de mauvaise digestion ou d'acidité de l'estomac, doivent éviter les vins très acides et les vins riches en extraits. Il serait difficile de recommander un vin donné à de tels malades: nous leur dirons de boire, non le meilleur vin, mais le meilleur qu'ils peuvent digérer; c'est ainsi que Solon fit pour les Athéniens non les lois les meilleures, mais les meilleures lois qu'ils pouvaient observer."

En d'autres termes, une personne arrivée à l'âge de trente ans, par exemple, devrait savoir quel est le vin particulier qui lui convient, beaucoup mieux que son médecin.

Au point de vue chimique, le rapport arrive à la conclusion que les vins français légers sont un peu plus hygiéniques que les vins allemands; mais cette question peut être résolue au mieux par l'expérience de chaque consommateur, et ce point de vue est pratiquement admis dans ce qui précède. Quant au champagne, le rapport dit "qu'il ne peut y avoir aucun doute que les champagnes des bonnes marques sont des stimulants puissants de la digestion et sont par conséquent très utiles aux malades souffrant de dyspepsie atonique."

Il ne nous reste, dit "Ridley's Wine and Spirit Circular," qu'à complimenter notre confrère et les médecins faisant partie de la commission du travail utile qu'ils ont accompli pour combattre certaines idées qui ont été suggérées par certains bigots, dont les capacités mentales sem-

blent être insuffisantes pour différencier la boisson et l'ivrognerie, l'usage et l'abus d'un des aliments les plus agréables et les plus précieux que la Providence nous ait donnés.

Les produits de la maison G. H. Mumm & Co. remportent un succès toujours croissant. Le nom de cette maison est bien connu des amateurs de bon champagne et l'éloge du champagne Mumm n'est plus à faire. Parmi les produits de cette maison, il en est un, G. H. Mumm Cordon Rouge 1898, qui a figuré sur tous les menus des déjeûners et dîners offerts, cette année, aux souverains qui ont visité la France par le président de la République Française et par le ministre des affaires étrangères.

Voici en effet ce que nous apprennent les journaux de Paris:

Le 30 avril dernier, le président de la République et Mme Fallières offraient, en l'honneur de Sa Majesté le roi des Belges, un grand déjeûner, auquel le champagne G. H. Mumm & Co.'s Cordon Rouge 1898, était servi.

Le 27 mai, à l'occasion de la visite du roi et de la reine de Norvège à Paris, un grand dîner a été offert en leur honneur à l'Elysée; le champagne G. H. Mumm & Co.'s Cordon Rouge 1898 figurait au menu.

Le lendemain, 28 mai, le roi de Norvège offrait au président de la République Française, à l'hôtel de la légation, un déjeûner où le G. H. Mumm & Co.'s Cordon Rouge 1898 était encore le champagne servi.

Le 29 mai, les souverains norvégiens allèrent visiter Versailles où le président de la République Française et Mme Fallières les accompagnèrent. Un déjeûner fut servi en leur honneur au château de Versailles, dans la galerie des Batailles; le champagne G. H. Mumm & Co.'s Cordon Rouge 1898 était au menu.

Le même jour, le ministre des affaires étrangères de France et Mme Pichon offraient, en l'honneur de Leurs Majestés, un grand dîner dans les salons du palais. C'est encore le champagne G. H. Mumm & Co.'s Cordon Rouge 1898 qui y fut servi.

Le 14 juin, le roi et la reine de Danemark arrivaient à Cherbourg. Un déjeûner fut offert en leur honneur par le président de la République Française. Le menu comportait le champagne G. H. Mumm & Co.'s Cordon Rouge 1898. Le soir même, à Paris, les souverains danois dînaient avec les personnes de leur suite au palais des affaires étrangères, leur résidence. C'est encore le champagne G. H. Mumm & Co.'s Cordon Rouge 1898 qui a été servi à ce dîner.

La vogue dont jouit le Cordon Rouge 1898, et le fait qu'il a été choisi pour les banquets offerts en France en l'honneur de souverains étrangers sont une garantie de son excellence. Les amateurs de champagne au Canada connaissent bien d'ailleurs le Selected Brut, de la maison G. H. Mumm & Co., représentée au Canada par MM. S. B. Townsend & Co., 18-20 rue St-Sacrement, Montréal. L'énumération des banquets auxquels le champagne Cordon Rouge a été servi, et la qualité des hôtes auxquels il a été offert dispense de tout commentaire à son sujet.

L'annonceur sage, non seulement profite de sa propre expérience, mais, aussi bien, de celle des autres annonceurs.

Pour Votre Commerce d'Hiver!!!

HATEZ-VOUS DE FAIRE VOS APPROVISIONNEMENTS

SOCIÉTÉ ANONYME DES SOURCES ST-LOUIS
VICHY, FRANCE

EAU DE VICHY "TRÈFLE ROUGE"

Gare aux Imitations

DUBONNET

VIN TONIQUE ET APERITIF.

La plus haute récompense obtenue, "GRAND PRIX"

STORMONTH TAIT & CO. — OPORTO.

La plus grande et la plus importante maison du
 Portugal dans les vins Oporto, blancs et rouges.

SEULS FOURNISSEURS DE LA CHAMBRE DES LORDS.

E. MARTINAZZI & CO., Ltd. — TURIN

Grande distillerie de Vermouth.

Qualité premier choix.

Bouteilles et Fûts.

SLOE GIN. — GOLD & CO.

Une liqueur digestive sans rivale.

V. FOURNIER & CIE — CHATEAUNEUF, COGNAC

La plus fine des Eaux-de-Vie.

Distillée avec le pur jus de vigne. Bouteille Teston enregistrée.

P. HOPPE — SCHIEDAM

Une maison qui distille et fournit au com-
 merce un genièvre de choix bien mûri.

DEMANDEZ LA MARQUE "NIGHT CAP."

En caisses et fûts,

Essayez ces marchandises, elles vous amèneront la clientèle.

PRIX SPÉCIAUX POUR L'IMPORTATION.

L. CHAPUT, FILS & CIE

NEGOCIANTS EN VINS ET LIQUEURS

AGENTS DISTRIBUTEURS, - MONTREAL

LA REPARTITION DU TRAVAIL DANS UN MAGASIN

Vous connaissez quantité de personnes qui pensent que personne au monde, sauf elles-mêmes, ne peut faire une chose comme elle doit être faite, et elles mettent leur croyance en pratique en procédant à tout faire. C'est peut-être un peu exagéré mais c'est l'impression qu'on ressent quand on observe la manière de faire de ces personnes. Vous êtes peut-être de leur nombre volontairement ou involontairement et, au lieu de répartir le travail, vous vous mettez à tout faire par vous-même afin que ce soit fait d'une certaine manière.

Ne pensez-vous pas que c'est une erreur pour deux raisons en particulier? Il n'existe personne qui puisse tout faire, parce qu'il y a toujours une limite à la capacité; et les autres personnes ont le droit d'être prises en considération; elles ont droit à acquérir de l'expérience, et à exposer des idées qui peuvent être aussi bonnes ou meilleures que les vôtres.

Quelle différence cela fait-il qu'une chose soit faite de telle ou telle manière, tant que le résultat désiré est obtenu? Il n'y a pas deux personnes qui fassent les choses exactement de la même manière; cependant les divers procédés employés n'ont pas encore causé la ruine du monde. Si vous réfléchissez, vous verrez que là où il y a eu progrès, c'est parce que quelqu'un a utilisé de nouvelles idées et qu'une occasion a été donnée à de nouvelles idées de se faire voir en pratique.

Comment savez-vous si quelqu'un de vos employés sait mieux que vous la manière de faire un grand nombre de choses? Les hommes qui auront du succès comme marchands dans l'avenir sont maintenant derrière le comptoir de quelqu'un et ce comptoir peut être le vôtre.

Certains marchands sont très méticuleux au point de vue de la manière dont se fait le travail du magasin. Chaque pièce de marchandises doit être maniée de cette façon-ci, les mesures doivent être prises d'une certaine manière méthodique et tout ce qui concerne la manipulation et la vente doit se faire suivant des règles déterminées. Tout le travail est contrôlé à un point central, sans laisser aux employés aucune initiative. Un tel magasin fait des affaires, mais il ressemble à une puissante machine ancien modèle qui fait le travail lentement, tandis que la machinerie moderne plus légère fait plus d'ouvrage avec moins de bruit et des résultats tout aussi satisfaisants. Dans un magasin, les rouages doivent fonctionner légèrement et régulièrement et il doit y avoir une certaine indépendance de mouvement; le travail doit pouvoir s'y répartir de l'un à l'autre des employés — non seulement parce que des employés peuvent faire l'ouvrage de ceux qui sont surchargés, mais aussi parce que vous avez le droit d'être soulagé d'une tâche.

J'ai un ami avec qui je suis lié depuis longtemps, qui s'efforce de faire par lui-même tout le travail de son magasin. Ce n'est pas qu'il pense que personne d'autre ne ferait ces choses, mais c'est que personne ne les fait et, au lieu d'appeler un des jeunes gens et de lui indiquer ce qu'il y a à remettre en ordre, il se dérange et met lui-même la main à la pâte. Notez qu'il est tout probable qu'il doit débrouiller ses comptes le soir et passer à ce travail la moitié de la nuit, pour

n'être pas débordé. Mon ami s'occupe de l'étalage des vitrines au lieu de le faire faire par quelqu'un de ses commis.

Il est certain que, lorsqu'un homme fait l'ouvrage lui-même, il sait comment il est fait, et cet ouvrage lui plaît; mais moins on confie de responsabilité à un commis, moins il est capable d'en prendre ou moins il y consent. Il n'y a pas moyen de dire combien d'aide on peut obtenir, tant qu'un essai n'a pas été fait. J'avais coutume de dire à mon ami: "Pourquoi agir ainsi? Pourquoi ne pas confier tout ce travail de détail à quelque commis? Faites-leur prendre soin du stock et s'ils ne le font pas comme il faut, montrez-leur la manière de s'y prendre. Cessez de vous inquiéter de choses qui seront bien faites si vous en confiez la responsabilité à quelqu'un. Quelque jour vous serez obligé de laisser tomber votre verge par pur épuisement." Et c'est ce qu'il dut faire.

Ce fut au beau milieu du commerce de Noël qu'il tomba malade et qu'on dut le transporter chez lui. Les commis furent d'abord terrifiés, mais ils se rendirent compte de la situation, ils virent qu'il fallait faire quelque chose et ils le firent. La responsabilité du magasin pesait sur eux et la responsabilité fait les hommes là où il n'y en aurait pas sans elle. Ils se mirent à l'oeuvre. Ce fut un commerce de Noël, peut-être pas aussi bon que si le maître avait pu être là; mais la situation enseigna certaines choses qui, à la longue, rendirent de grands services au patron et à son personnel. Le premier s'aperçut qu'il ne pouvait pas tout faire et qu'il avait des aides qui en savaient autant que lui tandis qu'eux ne le pensaient pas avant qu'ils aient été forcés de faire montre de leur savoir.

Aujourd'hui tout va mieux dans ce magasin. Le patron ne peut pas abandonner ses anciennes habitudes d'aller partout dans le magasin, car il débula par être garçon de livraison et connaît tout dans son commerce; mais il sait qu'il peut se décharger de son travail sur quelqu'un, si ce quelqu'un se rend compte que cela est nécessaire. Son magasin ne va pas à la débâcle quand il le quitte un jour ou deux ou pour un voyage d'achats de dix jours. Le commerce et la vie ont un aspect un peu différent pour cet homme depuis qu'il a été forcé de les envisager tels qu'il doit l'être.

Je connais d'autre part un homme qui était un vendeur de troisième ordre et qui, pendant longtemps, a trouvé très difficile d'améliorer sa position. Il fit de grands efforts, mais il ne semblait pas les diriger du bon côté. Le meilleur vendeur quitta soudain l'établissement, ce qui donna à cet homme une occasion de monter au sommet de l'échelle, pour la simple raison qu'il n'y avait personne d'autre pour remplir cette place. Dès le début il se surprit lui-même et surprit ses patrons.

Sa timidité avait retardé ses progrès. Il se craignait lui-même pour lui-même et pour sa maison. Jusqu'à ce que les circonstances l'aient forcé à agir d'une manière qui montra ce qu'il y avait en lui. Son travail long, pénible et son effort sincère pour réussir lui avaient donné un fonds de connaissances et une aptitude à les appliquer, qui ne se seraient jamais fait jour sans compulsion. Avec la confiance qu'il reprenait en lui-même, il devint meilleur vendeur; mais ses connaissances en faisaient un acheteur et un gérant meilleur, et il est maintenant à la tête

d'une affaire importante; c'est lui qui est le premier après les hommes qui dirigent la firme. Quand il était découragé, il s'attaquait au problème à résoudre d'une manière telle qu'il avait l'esprit bourré de connaissances à une époque où ces connaissances étaient nécessaires aussi bien à l'établissement qu'à lui-même. De cette expérience, deux enseignements découlent, une pour les deux parties d'une maison de commerce. Combien de bons employés manquent d'essayer ce pour quoi ils sont faits et de montrer ce qu'ils savent, jusqu'à ce qu'ils y soient absolument forcés par les circonstances. Ils restent inférieurs parce qu'ils ne réussissent pas à se tirer du mauvais pas où ils se trouvent, leur maison ne faisant aucun effort pour les y aider.

Une maison de commerce examine la feuille de ventes d'un jeune commis, juge du nombre de ventes qu'il manque, oublie de tenir compte de celles où il a réussi et en tire la conclusion que ce commis n'est pas très bon; en conséquence il faut le conserver dans la place qu'il occupe. Dans chaque magasin on trouve à un moment donné des jeunes gens de ce caractère qu'il faut deviner et il y en a un trop grand nombre qui doivent percer par eux-mêmes ou être aidés à cela par d'autres. Il est vrai que le marchand n'a pas à faire d'expériences sur son personnel, mais il n'en est pas moins vrai qu'il ne doit pas manquer les possibilités qui s'offrent à lui. Il ne peut pas s'occuper de tous les détails de son commerce, et considérer ses commis comme des sortes d'automates.

En plaçant une responsabilité entière sur ses employés, le marchand découvre leurs capacités, ce qui lui permet en même temps d'avoir un magasin meilleur. S'il trouve des hommes incompetents, il est temps alors qu'il s'en débarrasse, et il a la certitude de n'avoir laissé échapper aucun bon élément.

Je ne suppose pas qu'on puisse penser que je veuille dire de confier les affaires intérieures d'une maison de commerce entre les mains de nombreuses personnes; ce n'est pas du tout mon idée. Au lieu que les employés viennent le matin au magasin, passent la journée avec vous et s'en retournent chez eux le soir, rendez-les responsables du stock, de l'apparence du magasin, des vitrines, de tous les détails, et tenez-les en haleine pour qu'ils fassent de leur mieux afin d'améliorer les affaires et la réputation de la maison.

Irish Whiskey

Deux grandes marques: le spécial Old Irish Whiskey et le Cruiskeen Lawn de Mitchell Brothers and Co. de Belfast. Il n'y a rien de mieux, à prix égal, sur le marché. La maison qui les produit compte parmi les plus grandes distilleries du monde entier. La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, représente cette firme au Canada.

Miller High Life Lager

Il ne se vend pas de meilleure bière au Canada. Ou la désigne d'ailleurs comme étant "La meilleure bière de Milwaukee". C'est dire que la consommation en est énorme au Canada comme aux Etats-Unis. La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, a l'agence de la Miller High Life Lager au Canada.

Ce qu'il y a de mieux sur le Marché

Nous nous flattons de représenter au Canada les plus puissantes maisons d'Ecosse et d'Irlande dans le Commerce des Whiskies, comme, d'ailleurs, dans TOUTES nos autres lignes

Whiskey Irlandais

— de Mitchell Bros & Co., Belfast —

Special Old Irish
CRUISKEEN
LAWN

Whiskey Ecossais

— Mitchell Bros, Ltd., Glasgow —

Finest Old Scotch
EXTRA SPECIAL LIQUEUR
HEATHER DEW.

Ces WHISKIES sont SUPÉRIEURS à tout ce qui se vend à prix égal sur le Marché Canadien.

UN COGNAC AUTHENTIQUE

Brandy

Ph. Richard

Le Brandy RICHARD est grand favori au Canada où il s'est implanté, grâce à sa haute qualité, d'une manière définitive.

Cognac Supérieur, 20 ans en fût avant embouteillage, garanti.

V.S.O.P. { Deux marques populaires recomman-
V.O. { dables à tous les points de vue.

La maison Ph. RICHARD & Cie., par les soins extrêmes apportés au choix des Vins et à leur distillation a conquis une renommée universelle; elle ne livre au consommateur que des produits garantis.

Miller High Life Lager

LA MEILLEURE BIÈRE DE MILWAUKEE

Une bière qui a obtenu les suffrages unanimes des connaisseurs au Canada. Elle est en grande demande, parce qu'elle est délicieuse, aussi agréable à boire qu'elle est pétillante et limpide.

"HIAWATHA"

La plus capiteuse des EAUX de TABLE, richement minéralisée, claire comme le cristal et bienfaisante à l'estomac.

"Hiawatha" a détrôné toutes ses rivales et sa réputation lui a valu la faveur des premiers Hôtels, Bars, Restaurants.

Pour toutes informations, cotations, etc., écrivez, téléphonez ou télégraphiez à

LAPORTE, MARTIN & Cie

Vins, Eaux-de-Vie, Liqueurs et Epiceries en Gros,

LIMITÉE

MONTREAL.

CONSOMMATION DES BOISSONS ALCOOLIQUES

Le peuple du Royaume-Uni devient plus tempérant; cependant nulle part les impôts sur le vin, la bière et l'alcool ne contribuent pour une si grande part au total du revenu national que dans le Royaume-Uni et aux Etats-Unis. Cette contribution dans les deux pays, pour les années 1904-1905 ne s'est pas élevée à moins de 28 pour cent de leurs revenus respectifs, dit "New England Liquor Journal."

La somme produite par ces taxes, aux Etats-Unis, de 1901 à 1905, dépassait £40,000,000 par an, et, dans le Royaume-Uni, £36,000,000 par an. La Russie, malgré sa pauvreté, ne reste pas loin en arrière. Les droits sur le vin, la bière et l'alcool donnent à ce pays un revenu de £34,000,000.

Les chiffres concernant cette consommation sont donnés au complet dans un rapport intitulé: "Les boissons alcooliques en 1905." Ce rapport indique que la consommation du vin dans le Royaume-Uni a constamment diminué depuis 1899; elle était d'environ un quart de gallon en 1905, tandis que dans le Sud de l'Australie où cette consommation est la plus forte, elle était de près de 5½ gallons par tête. Pour la consommation de la bière, la Belgique vient en tête avec 48.8 gallons par tête en 1905; les Etats-Unis tiennent le second rang avec 27.7 gallons et l'Allemagne, le troisième rang avec 26.3 gallons. Mais si on fait une comparaison avec les états de l'Allemagne, au lieu de considérer l'Allemagne dans son ensemble, la Bavière, avec 51.7 gallons, fait la plus grande consommation de bière de tous les pays du monde.

Il y a en diminution de la consommation de la bière et de l'alcool dans ce pays, dans ces récentes années. En 1900, la consommation de l'alcool était de 1.--- gallon par tête, et cette quantité a diminué chaque année jusqu'à n'être plus que de 0.91 gallon en 1905. Ces chiffres sont inférieurs à ceux fournis par un quelconque des pays du nord et du centre de l'Europe, sauf la Norvège.

Les goûts variés des divers pays sont indiqués dans le tableau suivant, qui donne en gallons la consommation par tête des divers peuples en 1905. Les nombres entre parenthèses indiquent ce qu'était la consommation par tête, il y a 14 ans.

	Bière	Vin	Alcool
Royaume-Uni	27.7 (30.2)	0.27 (0.39)	0.91 (1.03)
Australie.....	11.3 (11.7)	1.27 (1.09)	0.96 (1.13)
Canada.....	5.1 (3.8)	0.10 (0.11)	0.94 (0.74)
Etats-Unis.....	16.8 (12.6)	0.38 (0.36)	1.26 (1.24)
Allemagne.....	26.3 (23.2)	1.61 (0.57)	1.43 (1.69)
Belgique.....	48.8 (39.2)	1.03 (0.90)	1.10 (1.87)
France.....	7.5 (4.3)	33.09 (23.0)	1.37 (1.68)
Russie.....	1.03 (0.70)		0.95 (0.89)

Il y a, aujourd'hui, autant de chances que jamais de faire de l'argent au moyen d'une publicité judicieuse—comme question de fait, il y en a davantage.

Le Scotch Whisky de Mitchell

A acquis droit de cité au Canada, il y a si longtemps qu'il suffit de rappeler que la maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, est prête à en livrer à demande.

Le Brandy Ph. Richard

La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, possède en dehors de ses marques populaires, V. S. O. P. et V. O., un Cognac qui a vieilli en fûts pendant vingt ans avant d'être embouteillé et que les amateurs dégustent avec délices. Un mot à l'homme avisé suffit.

Hiawatha

La fameuse eau minérale "Hiawatha" figure à la place d'honneur sur les meilleures tables. On la trouve dans les meilleurs hôtels, bars, restaurants. Où en est votre stock? La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, est prête à en livrer à demande.

LE MARCHAND ET SON PERSONNEL

Une des grandes difficultés que le marchand-détaillant a à surmonter de nos jours est le recrutement de bons employés. Une autre difficulté consiste à garder ces employés. Divers commerçants ont essayé de résoudre la question de différentes manières. Une solution heureuse dépend grandement du point de vue auquel on considère la question.

Certains détaillants croient que ce n'est qu'une affaire d'argent. "Si vous donnez des salaires suffisants, disent-ils, vous aurez un bon personnel". Un marchand qui envisage la chose à ce point de vue, s'il a un bon personnel et s'aperçoit que celui de son concurrent n'est pas dans les mêmes conditions, en conclut immédiatement que ce concurrent ne donne pas de salaires suffisants à ses employés. D'autres marchands, et ce sont ceux qui raisonnent le mieux, savent que la question des employés est une de celles qui comportent autre chose que des dollars

et des cents. Ces marchands, s'ils ont un bon personnel, comme cela est bien probable, en savent très bien la raison. Si un de ces détaillants voit qu'un de ses concurrents est mal secondé, il n'en conclut pas immédiatement que c'est parce que ce concurrent ne donne pas des gages suffisants, mais parce que peut-être il ne traite pas ses employés comme il le faudrait. Il reconnaît le fait, et l'a toujours présent à l'esprit, que les commis préposés à la vente et les autres employés du magasin, comme tous les êtres humains en général, dans des conditions normales, apprécient un traitement équitable; ce traitement ne consiste pas seulement à leur donner des salaires justes, mais aussi à faire cas de leurs sentiments personnels. Ces choses sont admises maintenant d'une manière plus générale; on le constate par le nombre plus considérable de maisons de commerce qui ont adopté le système de participation aux profits ou qui se proposent de l'adopter. Toutefois, ce n'est pas la participation aux profits, ni l'accord de demi-journées de congé, de vacances payées, l'organisation d'excursions pour les employés du magasin, etc., dont nous désirons parler ici, dit "Clothier and Aberdasher". Nous voulons parler de l'attitude générale, journalière du patron intelligent vis-à-vis de ses employés.

Il y a des marchands qui semblent prendre plaisir à étaler aussi souvent que possible leur importance aux regards de leurs employés les plus humbles. Chez certains marchands, ce penchant semble se manifester le plus fréquemment quand ils sont à portée de l'oreille de certains clients ou de certaines personnes distinguées. Ainsi en parlant à un client au sujet de quelque erreur, un marchand de ce genre—quoique membre d'une maison dirigée par plusieurs associés—prendra la peine de dire: "Je ferai révoir votre compte par mon comptable et s'il a fait quelque erreur, je la lui ferai rectifier", se faisant ainsi valoir et abaissant l'employé aux yeux de la personne à qui

S. H. Ewing & Sons, Importateurs et Manufacturiers de BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de broche d'embouteilleurs, d'Etain en feuilles, de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522

== VENDEZ LE ==

GIN DE BURNETT

"LE LONDON DRY ORIGINAL,"

== Absolument le plus Fin! ==

J. M. Douglas & Co., Seuls Agents au Canada. Montréal.

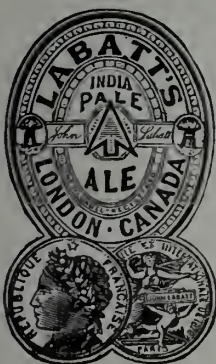
— DISTILLATEUR DE —

JOSEPH E. SEACRAM, Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

"Old Times," "White Wheat," "No 83 Rye," "Star Rye."

MEAGHER BROS. & CO., Montréal, Agents.



BRASSERIE :

LONDON, Ont.

L'ALE et le PORTER

DE

Labatt's

Sont les Meilleurs.

Cela vous paie mieux d'être connu comme vendant les meilleurs produits dans chaque ligne, que de réaliser un peu plus de profits en vendant des marchandises inférieures. Chacun veut avoir ce qu'il y a de mieux et ira là où il pourra l'obtenir.

== DEPOTS: ==

MONTREAL, ST-JOHN, N.B., TORONTO, OTTAWA, HAMILTON, QUEBEC,
127, Ave Delorimier, 51, rue Dock, 49, rue Elm, 275, rue Kent, 18, rue Hughson, 3, rue St-Pierre

REVUE GENERALE

D'après MM. L. Chaput, Fils & Cie., le commerce des liqueurs est actif et les paiements sont satisfaisants.

* * *

D'après MM. Laporte, Martin & Cie, Ltée, le commerce des liqueurs est très actif. Les paiements sont passables.

* * *

MM. John Robertson & Son Ltd., nous confirment que la vente des vins et liqueurs marche très bien en ce moment. Les remises sont suffisamment rapides.

* * *

D'après la Freyseng Cork Co., Ltd, il règne une grande activité dans le commerce des spécialités de cette maison. Il y a une grande demande pour les bouchons, les capsules, les machines pour embouteilleurs. Les paiements sont bons.

* * *

D'après la Hamilton Brass Manfg. Co., Ltd, les affaires sont très actives dans le commerce de matériel et fournitures de bars.

LE PERSONNEL DU MAGASIN

Au commencement de chaque saison, chaque marchand devrait se poser la question suivante:

"Mon personnel est-il entièrement satisfaisant?"

Certains patrons ont l'habitude de garder à leur service des commis, à l'emploi desquels il y a plus ou moins

à redire, simplement parce que ces commis sont avec eux depuis un certain nombre d'années. Le devoir du marchand en cette question est dicté par ses intérêts directs, par le confort et la satisfaction des clients plus que par toute autre considération. Qu'il soit bien compris que nous ne voulons pas dire qu'un changement de personnel soit désirable, que nous ne voudrions pas prononcer une parole qui pourrait faire perdre sa place à un employé fidèle et éprouvé. Nous conseillons simplement au marchand, dans l'intérêt de son commerce, d'étudier ses employés attentivement et impartialement, afin de se procurer pour les salaires qu'il paye les employés les meilleurs, les plus consciencieux et fournissant le meilleur travail. Les employés d'un magasin forment partie de son stock et, quand cela devient nécessaire, ils devraient être jugés avec soin et, s'il le faut, congédiés.

Nous rappelons qu'un nouvel apéritif est introduit sur le marché canadien par la maison Laporte, Martin & Cie, Ltée. L'Apéritif Bacchus, fabriqué par M. Adien Sarrazin-Javillier, de Dijon, France. Cette maison est ancienne en Bourgogne, ayant été fondée en 1852. L'Apéritif Bacchus est composé de vins vieux de Bourgogne et de plantes salutaires et fortifiantes. Il se boit pur ou étendu d'eau.

Pris avant le repas, le Bacchus prépare et favorise les fonctions de l'estomac. Son usage régulier fait disparaître le manque d'appétit, fortifie le tempérament et entretient la santé. Sa finesse de goût en fait l'apéritif le plus apprécié de tous les gourmets.

il s'adresse, et établissant clairement que lui, tout au moins se place sur un plan entièrement différent de celui des employés. L'erreur de semblables méthodes est trop évidente de nos jours. Le marchand avisé procède d'une manière tout à fait opposée. Il s'efforce continuellement d'établir dans sa place d'affaires l'idée de la communauté d'intérêts. Au lieu de tâcher de reléguer ses employés loin de la direction, il cherche à les en rapprocher et à relever leur situation. L'emploi fréquent par un marchand, dans ses annonces, ses avis et autres communications à son personnel, d'expressions telles que "notre service de livraisons", "notre magasin", "nos marchandises", etc., est une preuve de l'attention apportée à cette question. En un mot, un marchand qui a des associés devrait éviter l'emploi des mots "Je" ou "Moi" pendant les heures d'affaires; même un marchand qui est en réalité le seul propriétaire d'un magasin devrait toujours se rappeler que les mots "nous", "notre", "nos", employés à propos, sonnent plus agréablement que la première personne du singulier. Bien plus, outre que les patrons, pendant les heures d'affaires, devraient éviter de parler trop souvent à la première personne du singulier, ils devraient aussi encourager sincèrement l'usage par leur personnel de la première personne du pluriel en ce qui concerne les affaires générales du magasin. Le marchand qui obtient de la bonne volonté de la part de ses vendeurs, recueille plus de profits, tandis que celui qui est en conflit avec ses employés a beaucoup moins de profits qu'il devrait en avoir. Le marchand et les vendeurs devraient agir de concert. Parlez librement. Offrez et acceptez de nouvelles idées. Travaillez pour le profit mutuel. Cela peut se faire aussi facilement que toute autre chose, si vous vous en donnez la peine.

PERSONNEL

—M. Otto Zepf, directeur gérant de la Freyseng Cork Co., Ltd., est absent de Montréal pour une quinzaine de jours.

DANS LE MONDE DES HOTELIERS

Le restaurant Revere à l'angle des rues Ste-Catherine et Bleury, s'est ouvert la semaine dernière. L'installation est très luxueuse.

Tout le matériel du bar a été fourni par la Hamilton Brass Manfg Co. Ltd.

* * *

La Hamilton Brass Manfg Co. Ltd., est en train d'installer un nouveau work-board à l'hôtel Albion, rue McGill.

* * *

L'hôtel Arbour, rue St-Laurent, va être incessamment entièrement remis à neuf.

Le contrat pour les pompes à bière et le work board en argent allemand a été donné à la Hamilton Brass Manfg Co., Ltd.



EMBOUTEILLAGE DE BIERE

Le stock considérable de Bière embouteillée à l'avance que nous tenons à la disposition du commerce, nous permet de livrer constamment une qualité supérieure et toujours égale.

Notre outillage pour le lavage des bouteilles, réalise la perfection atteinte à ce jour par les fabricants d'appareils d'embouteillage.

W. J. RAFFERTY,

Embouteilleur autorisé de la maison W. DOW & CO,
— Brasseurs et fabricants de Malt,

**33, 35 et 37, rue Vallée
MONTREAL.**

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE		La cse
Ed. Pernod (3)	..	14.50
Gemp. Pernod (14)	..	13.50
Pernod Fils (12)	..	15.00

AMERS		
Amer Picon (12)	..	11.00
L. C. F. C. (1)	La cse	
Jamaica ..	pts.	5.50
Celery ..	pts.	5.50

APERITIFS		
Dubonnet (1)	Lacse	
Litres ..		10.00
Tôt (14)	..	7.50

BIERES		
Bass' (4)	qts. pts.	
E. & J. Burke's Bottling..	2.65	1.65
Bass' (4)	qts. pts.	
C. G. Hibbert's Bottling ..	2.65	1.65
Bass' (3)	qts. pts.	
Read Bros. Dog's Head. ..	2.60	1.70
Bass' (14)	qts. pts.	
Monkey Brand ..	2.60	1.70
Monkey Brand, Nips ..	\$1.15	
Bass' (6)	qts. pts.	
Boar's Head.	2.65	1.65
Bass & Co. (6)	In wood.	
Hbds ..		40.00
Bbbs ..		28.25
India Pale, Kilderkins ..		15.00
India Pale, Firkin ..		8.00
Machen & Hudson (5)	qts. pts.	
Marque "Beaver" ..	2.50	1.55
Pabst (1)	Pints	
Export, 10 doz. ..		12.75
Blue Ribbon, 10 doz. ..		13.75
Tennants (6)	..	2.50 1.65

BIGARREAUX		
L. A. Price (1)	qts. pts.	
Bigarreaux au Marasquin ..	8.00	9.00
Teyssonneau (12)		
Bigarreaux au Marasquin. .	10.00	6.00

BOURGOGNES BLANCS		
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	
Chablis ..	8.00	9.00
Chablis, 1889 ..	11.75	
J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.	
Chablis ..	11.50	12.50
F. Chauvenet (15)		
Montrachet [marq. Guiche]	20.00	10.00
Chablis Supérieur ..	7.25	8.25
C. Marey & Liger-Bélair (4)	qts. pts.	
Chablis ..	8.50	9.50
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.	
Chablis ..	8.00	9.00

BOURGOGNES MOUSSEUX		
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	
Bourgogne Mousseux ..	14.00	15.50
Beaune ..	16.00	17.00
Nuits ..	18.00	19.00
Chambertin ..	22.00	23.50
F. Chauvenet (15)	qts. pts.	
"White Cap" (Ultra Sec) ..	22.00	24.00
"Pink Cap" (Vin des Dames)	22.00	24.00
"Red Cap" (Extra Sec) ..	21.00	23.00
C. Marey & Liger-Bélair (4)	qts. pts.	
Nuits — rouge ..	17.00	18.50

BOURGOGNES ROUGES		
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.	
Macon ..	6.50	7.50
Beaujolais ..	8.00	9.00
Beaune ..	8.00	9.00
"Club" ..	7.00	8.00
Pommard ..	9.00	10.00
Nuits ..	11.00	13.50

Chambertin ..	16.00	17.00
Clos de Vougeot ..	20.00	21.00
J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.	
Beaune ..	1889 ..	9.00 10.00
Pommard ..	1887 ..	11.50 12.50
Volnay ..	1889 ..	13.75 14.75
Chambertin ..	1887 ..	18.00 19.00
F. Chauvenet (15)	qts. pts.	
Clos-de-Vougeot ..	25.50	26.50
Chambertin ..	18.50	19.50
Romanée ..	18.50	19.50
Corton [Clos-du-Roi] ..	15.50	16.50
Nuits ..	13.00	14.00
Volnay ..	12.50	13.50
Pommard ..	11.50	12.50
Beaune ..	10.00	11.00
Moulin-à-Vent, Macon vieux		
Supérieur ..	9.00	10.00
Beaujolais ..	7.00	8.00
Macon [Choix] ..	6.50	7.50
A. Lalande & Cie (5)	qts. pts.	
Macon ..	4.40	5.40
Beaujolais ..	5.00	6.00
Beaune ..	6.00	7.00
Pommard ..	6.60	7.60
C. Marey & Liger-Bélair (4)	qts. pts.	
Beaujolais ..	6.25	7.25
Macon ..	6.50	7.50
Beaune ..	6.75	7.75
Pommard ..	8.50	9.50
Nuits ..	13.00	14.00
Chambertin ..	16.50	17.50
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.	
Beaujolais ..	6.00	7.00
Macon ..	6.50	7.50
Beaune ..	7.00	8.00
Pommard ..	8.50	9.50
Nuits ..	10.50	11.50
Chambertin ..	15.00	16.00

CHAMPAGNES		
Victor Clicquot (10)	qts. pts.	
Extra Dry & Brut ..	28.00	30.00
Fleur de Sillery ..	20.00	22.00
Marechal, Comte d'Erlon.	13.00	15.00
Duc de Montlouis (1)	qts. pts.	
Cuvée Réservee ..	10.00	11.00
Carte Noire ..	12.50	13.50
Carte D'or ..	14.00	15.00
Louis Duvau (5)	..	13.50 15.00
Gratien & Meyer (14)	qts. pts.	
Caisses ou paniers ..	13.00	14.00
Heidsieck & Co. (5)		
Dry Monopole ..	31.00	33.00
Edmond Massé & Fils (19)	qts. pts.	
Carte Noire ..	10.00	
Carte Blanche ..	14.00	
Carte Or ..	20.00	
Mcët & Chandon (7)	qts. pts.	
White Seal ..	28.00	30.00
Brut Imperial ..	31.00	33.00
G. H. Mumm & Co. (6)	qts. pts.	
Extra Dry ..	28.00	30.00
Selected Brut ..	31.00	33.00
Selected Brut .. 1898 ..	32.00	34.00
Selected Brut .. 1895 ..	38.00	40.00
Extra Dry, paniers 1 doz. ½ B.	8.50	
Extra Dry, paniers 2 doz. ½ B.	17.00	
Piper-Heidsieck (2)	qts. pts. splits	
Sec ..	28.00	30.00
Brut ..	30.00	32.00
Cuvée 1900 ..	30.00	32.00
Escompte de commerce 10%.		
Louis Roederer (1)	qts. pts.	
Grand Vin sec ..	28.00	30.00
Vin Extra sec ..	28.00	30.00
Brut spécial Cuvée ..	30.00	32.00
Ve Pommery, Fils & Cie (12)	qts. pts.	
Sec, ou Extra Sec ..	28.00	30.00
Brut [vin naturel] ..	30.00	32.00

CLARETS		
Barton & Guestier (4)	qts. pts.	
Floirac ..	5.00	6.00
Medoc ..	5.25	6.25
Margaux ..	5.50	6.50
St-Julien ..	6.00	7.00
Batalley ..	9.50	10.50
Pontet Canet ..	11.00	12.00
Château Leoville ..	20.00	21.00
Château Larose ..	20.00	21.00
Château Margaux ..	24.00	25.00
Château Lafitte ..	24.00	25.00
Bordeaux Claret Co. (14)	qts. pts.	
Côtes ..	2.50	3.50
Bon Paysan ..	2.60	3.60
Bon Bourgeois ..	3.00	4.00
St-Julien ..	3.50	4.50
Montferrand ..	4.00	5.00
Château Brûlé ..	5.00	6.00
St. Estèphe ..	6.00	7.00
Pontet Canet ..	8.00	9.00
J. Calvet & Co. (6)	qts. pts.	
St-Vincent ..	3.50	4.50
Medoc ..	4.50	5.50
Floirac ..	5.00	6.00
Margaux ..	5.50	6.50
Château Lascombe (1)	qts. pts.	
Margaux ..	2.25	3.00
Faure Frère (3)	qts. pts.	
Bon Bourgeois ..	3.00	4.00
Côtes ..	3.50	4.50
Bon-Ton ..	4.00	5.00
St-Emilion ..	4.50	5.50
Ch. Dugay ..	6.00	7.00
Floirac ..	4.50	5.50
Medoc ..	5.00	6.00
Margaux ..	5.50	6.50
St-Julien ..	6.00	7.00
Pontet Canet ..	9.00	10.00
Château Gruaud Larose ..	12.00	13.00
Côtes .. le gallon.	1.00	
Galibert & Varon (10)	qts. pts.	
Medoc ..	4.00	5.00
St. Emilion ..	5.00	6.00
St. Estèphe ..	6.00	7.00
Paulliac ..	7.00	8.00
St. Julien, Margaux ..	8.00	9.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts. pts.	
St-Julien ..	2.50	3.00
St-Estèphe ..	3.00	3.50
Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts. pts.	
Ordinaire ..	4.00	5.00
Château Chamfleuri ..	4.00	5.00
St-Loube ..	4.75	5.75
"Club" ..	5.00	6.00
Medoc ..	5.50	6.50
Margaux ..	5.75	6.75
St-Julien ..	6.00	7.00
St-Estèphe ..	7.50	8.00
Château Dauzac ..	9.00	10.50
Pontet Canet ..	11.00	12.00
Margaux Supérieur ..	11.00	12.00
Château Beaucaillou ..	15.00	16.00
Château Leoville ..	19.00	20.00
Château Larose ..	19.00	20.00
Château Margaux ..	21.00	22.00
Château Lafitte ..	22.00	23.00
A. Lalande & Cie. (5)	qts. pts.	
1893 Medoc ..	4.40	5.40
1890 Floirac ..	4.40	5.40
1889 St-Julien ..	4.80	5.80
1893 St-Emilion ..	5.20	6.20
1890 St-Estèphe ..	5.20	6.20
1889 Château Pontet Canet ..	6.80	7.80
1889 Château Leoville ..	11.00	12.00
1889 Château Lafitte ..	14.00	15.00
F. Lemonde & Cie (13)	1 cse 5 cs	
Pas Pour Rire ..	10.00	9.50
N'Importe Quoi (Litre) ..	10.00	9.50

Léon Pinaud (4)	qts.	pts.
St-Julien	2.50	3.50
G. Pradel et Cie (2)	2.75	3.25
P. Vernot (2)	2.75	3.25

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co. (14)	La cse
Manhattan, Martini, Tom Gin,	
Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	
rican...	9.50
G. F. Heublein Bros. "Club" (5)	
Manhattan, Martini, Whiskey,	
Vermouth, Old Tom, ou assortis.	12.75
D. McManamy & Co.'s (18)	La cse
"Saratoga" Manhattan Club Whis-	
key Brandy, Holland Gin	8.25

COGNACS

Bisquit, Dubouché & Cie (5)	La cse
★	qts. 9.50
10 years old...	qt. 12.25
Old Liqueur. 20 years old,	qt. 16.00
V. V. S. O. P. 55 years old,	qt. 45.00
Au gallon...	4.10 à 10.00
J. Borianne (3)	La cse
X X X	7.50
Au gallon...	3.75 @ 4.75
Jos. Brémont & Co. (14)	La cse
★★★	quarts 5.50
★★★	flasks 6.50
★★★	½ flasks 7.50
Boulestin & Cie (1)	1 cse 5 cses
★★★	qts. 10.50 10.25
★	qts. 12.00 11.75
★ Fluted	qts. 12.00 11.75
★ Fluted	pts. 13.00 12.75
★ Fluted	24 flasks 13.00 12.75
★★★	qts. 15.00 14.75
V. S. O. P.	qts. 20.00 19.50
V. V. S. O. P.	qts. 28.00 27.50
1846	qts. 45.00
Boutelleau, Fils (14)	La cse
V. S. O. P. 1858	qt. 18.00
Doctor's Special	qt. 11.00
V. O. 1875	qt. 13.50
V. V. S. O. P. 1820	qt. 30.00
Carlat & Co. (14)	La cse
Quarts	6.50
Pints	7.50
Jules Coadon & Co. (6)	La cse
12 quarts	8.00
24 flasks	9.00
Au gallon	3.90 @ 4.50
Cognac Distillers Association (14)	La cse
★★★	vieux 9.00
V. O.	12 ans 12.00
V. S. O. P.	20 ans 15.00
X. X. O.	1858 23.00
	augal
3 grapes	vieux 3.75 à 4.00
V. O.	3.95 à 4.15
Comandon & Co. (6)	La cse
Special	9.50
Reserve extra	10.50
Reserve 1878	12.50
★ et X. O.	15.00
V. S. O. P.	16.50
Au gallon	4.50 7.50
Chs Couturier & Cie (2)	La cse
★★★	7.50
Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks,	
et 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
	Au gal.
Quarts, Casks, etc.	3.80 à 4.00
D'Angely (3)	La cse
XXX	6.50
Dervos & Cie (1)	1 se 5 cses
Quarts	8.00 7.75
Pints	9.00 8.75
24 flasks n. c.	9.00 8.75
Gaston Dugas & Cie (19)	La cse
Etiquette Blanche	8.50
Etiquette Bleu	9.00
Naturel	10.00
20 ans	13.00
En fûts	Le gal.
1 grappe	3.65

2 grappes	3.75
3 grappes	3.85
M. Durand & Cie (1)	La cse
★★★	Qts. 5.50
★★★	Pts. 6.50
★★★	¼ B. 7.90
16 flasks	1.50
24 flasks n. c.	6.00
32 flasks	6.75
48 1-2 flasks n. c.	7.00
Par 5 cses, 25c. de moins.	
Evariste Dupont & Cie (13)	1 cse 5 cses
Cognac Spécial	15.00 14.00
Alexis Fournier (13)	1 cse 5 cses
Cognac	8.00 7.50
Cognac ★★	9.00 8.50
Cognac ★★★	10.00 9.50
	Au Gall.
Cognac (Proof) 3 ans	4.00
Cognac (Proof) 4 ans	4.50
Cognac (Proof) 8 ans	6.50
Cognac (Proof) 10 ans	7.00
Lucien Foucauld & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.50
3 Etoiles, 12 Bout.	12.50
"Crown Liqueur"	14.00
V. O., 15 ans d'âge	16.50
Medico Tonic	18.00
V. S. O., 20 ans d'âge	20.00
V. S. O. P., 25 ans d'âge	24.00
V. V. S. O. P., 30 ans d'âge	28.00
1847	45.00
P. Frapin & Cie (3)	La cse
★	qt. 9.50
Medical	qt. 10.50
20 years old	qt. 13.00
25 years old	qt. 16.00
30 years old	qt. 19.00
Au gallon	4.00 @ 7.00
Fromy & Rogee (6)	La cse
Medical Reserve	10.00
Medical Reserve V. O.	12.50
Gonzalez, Staub & Cie (1)	La cse
Quarts	9.00
Pints	10.00
24 Flasks	10.00
48 Flasks	10.00
1 Etoile	Qts. 11.50
3 Etoiles	Qts. 14.00
V. S. O.	Qts. 16.50
V. S. O. P.	Qts. 18.25
Jas. Hennessy & Co. (9)	qts. pts.
★	13.00 14.00
★★★	16.00
V. O.	17.25
S. O.	25.00
X. O.	35.00
X. S. O.	45.00
Extra	60.00
Jimenez & Lamothe (14)	La cse
★★★	qt. 11.00
V. S. O. P.	qt. 15.00
1890 Muscatel	qt. 16.00
1865 Liqueur	qt. 18.00
Au gallon	4.25 à 4.50
G. Lafon & Cie (13)	1 se 5 cses
Cognac	8.50 8.00
Cognac ★	9.00 8.50
Cognac ★★	10.00 9.50
Cognac ★★★	12.00 11.50
Cognac 15 ans	18.00 17.00
Cognac No 1, 24 Flasks	7.50 7.00
Cognac No 1, 32 Flasks	8.00 7.50
Cognac No 1, 48 Flasks	8.50 8.00
	Au Gall.
Cognac (Proof) 3 ans	3.50
Cognac (Proof) 4 ans	4.00
Cognac (Proof) 8 ans	6.00
Cognac (Proof) 10 ans	6.50
Lagrange & Co. (14)	La cse
V. O.	qts. 7.00
V. O.	flasks 8.90
V. O.	½ flasks 9.00
F. Marion & Cie (2)	La cse
★★★	Qts. 6.00
Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks,	

Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.

	Au gal.
Quarts, Casks, etc.	3.40 à 3.75
Martell & Co. (4)	La cse
Une Etoile	qt. 12.00
3 Etoiles	qt. 16.00
V. O.	qt. 17.25
V. S. O. P.	qt. 18.75
V. V. S. O. P.	qt. 38.00
Jacques Nicot & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.00
2 Etoiles, 12 Bout.	10.00
3 Etoiles, 12 Bout.	11.50
V. O. 12 Bout.	12.00
V. S. O. 12 Bout.	13.00
V. S. O. P. 12 Bout.	14.00
Reserve 1870, 12 Bout.	16.00
Reserve 1865, 12 Bout.	17.00
Reserve 1858, 12 Bout.	18.00
Pour ordres d'importations d'au moins	
30 caisses, s'adresser aux agents.	
Otard, Dupuy & Cie (15)	La cse
Spécial	qts. 9.50
Une étoile	qts. 12.00
Deux étoiles	qts. 14.00
Trois étoiles	qts. 16.00
V. S. O. P.	qts. 17.50
Parville et Cie (2)	La cse
★★★	12s. qts. 5.00
V. Pinot & Cie (1)	La cse
★★★	qts. 6.00
★★★	pts. 7.00
★★★	¼ botl. 7.50
V. O.	qts. 7.00
V. O.	pts. 8.00
16 flasks	7.00
24 flasks n. c.	6.75
32 flasks	7.25
48 1-2 flasks n. c.	7.50
Par 5 cses, 25c. de moins.	
C. Pluchon & Cie (1)	1 cse 5 cses
Quarts	7.25 7.00
E. Puet (3)	La cse
★	qts. 9.50
Au gallon	4.00 @ 7.00
Quantin & Co. (6)	La cse
★★★	qts. 9.50
Au gallon	4.25 @ 6.50
Régner & Cie (14)	La cse
★★★	qts. 5.50
★★★	Flasks 6.50
★★★	½ Flasks 7.50
J. Rémy (3)	La cse
Quarts	6.50
Flasks	7.50
1-2 flasks	8.50
Renault & Cie (12)	La cse
★	qts. 10.00
V. O.	qts. 12.00
3 étoiles S. V. O.	qts. 15.00
V. S. O. P.	qts. 21.00
Club	qts. 18.00
50 Years Old	qts. 40.00
Au gallon	4.00 @ 10.00
Fh. Richard (2)	La cse
S. O.	qts. 22.50
20 ans flutes	qts. 17.50
V. S. O. P.	qts. 12.25
V. S. O.	qts. 10.50
V. O.	qts. 9.00
Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.	
	Au gall.
Richard	3.40 à 6.00
John Robertson & Sons, Ltd. (7)	La cse
Denis Mounie et Cie	11.50
Clouret & Co.	10.50
Jules Robin & Cie. (4)	La cse
Quarts	9.50
24 Flasks	10.00
Sazerac de Forge & Fils (9)	La cse
Quarts	9.50
Flasks	10.25
Au gallon	4.25
J. Sorin et Cie (14)	La cse
Blue Label	9.00
Au gallon	4.00 à 4.25

EAUX

Apenta Hungarian, Aparient (5)	La cse
25 Quarts	6.25
50 Pints	9.50
Sparkling Splits	5.50
Apollinaris (5)	La cse
50 Quarts... .. .	7.50
100 Pints.. .. .	10.50
100 Splits... .. .	8.50
S. Birch & Co. (14)	La cse
Ginger Ale	Bombays 1.35
Ginger Ale	Splits 0.90
Soda	Bombays 1.25
Soda	Splits 0.90
Cantrell & Cochrane (4)	La doz
Belfast Ginger Ale.. .. .	1.40
Club Soda... .. .	1.40
Seltzer... .. .	1.40
Potass Water.. .. .	1.40
	Gal.
Dry Imperial Ginger Ale	1.50
Hiawatha (2)	
Naturelle, 1-2 gals.	12s 4.75
Naturelle, 1-4 gals.	50s 7.50
Gazeuse	qts. 50s 7.50
Gazeuse	pts. 100s 10.50
Gazeuse	splits 100s 8.50
Libertyville Crystal Spring (1)	La cse
Quarts. 50 Bout.	7.50
Pints. 100 Bout.	10.50
Splits 100 Bout.	8.50
Schweppe's, de Londres (12)	La doz.
Soda Water Co. Cylindres, pour 2..	1.35
Soda Water, Bombays.. .. .	pour 3.. 1.50
Soda Water, Splits.. .. .	pour 1.. 1.10
Dry Ginger Ale.. .. .	1.35
Seltzer... .. .	1.40
Potass Water.. .. .	1.40
St-Galmier (3)	La cse
Source Badoit.. .. .	6.00
Vichy (3)	La cse
Célestins, Grande Grille, Hôpital,	
Hauterive.. .. .	10.00
Vichy St-Yorre (14)	La cse
Source St-George.. .. .	8.00
Bassin de Vichy (1)	La cse
Source St-Louis	8.00

GINS

Blankenheym & Nolet (14)	La cse
Marque 'Clef', C'ses Rouges ..	10.50
Marque 'Clef', C'ses Vertes ..	5.00
Marque 'Clef', C'ses Violettes ..	5.00
En cruchons	10.00
Au gallon	de 3.00 à 3.25
John de Kuyper & Son (4)	La cse
Caisses Rouges	15s. 11.75
Caisses Vertes	12s. 6.25
Caisses Violettes.. .. .	24c. 5.50
Au gallon	3.15 à 3.30
P. Hoppe, "Night Cap" (1)	La cse
Rouges.. .. .	10.65
Jaunes.. .. .	11.00
Vertes	5.25
Bleues.. .. .	6.00
Violettes.. .. .	2.50
Au gallon	3.05 3.25
P. Hoppe, "Imperial" (1)	La cse
Rouges.. .. .	10.50
Vertes	5.00
Violettes	2.45
Melchers, de Berthierville (3)	La cse
Croix Rouge. Caisses Rouges.. ..	11.25
Croix Rouge. Caisses Vertes. .. .	5.85
Croix Rouge. Caisses Violettes.. ..	5.00
J. J. Melchers (3)	La cse
Honey Suckle, Cruch verre ..	9.00
Honey Suckle, Cruch pierre ..	9.00
Netherland's Steam Disty. Co. (1)	La cse
Kiderlen's "Croix d'honneur".	
Caisses Rouges.. .. .	11.00
Caisses Vertes.. .. .	5.25
Caisses Violettes.. .. .	4.90
Cruchons verre—12s 3 gals. ..	11.75
Cruchons verre—24s 3 gals. ..	12.75
Cruchons verre—12s 5 gals. ..	17.50

A. C. A. Nolet, Schiedam (5)	La cse
Caisses Rouges.. .. .	10.75
Caisses Vertes.. .. .	5.75
"The Real" Dry Gin	7.10
Old John (2)	La cse
Caisses Rouges	15s 9.75
Caisses Vertes	12s 5.25
Caisses Pony	24s 4.50

HOCKS

Frederick Krote (14)	qts.	pts.
Sparkling White	16.00	17.00
Sparkling Red	18.00	19.00

LAGERS

Miller Brewing Co. (2)	Le Brl.
Marque "High Life", 10 doz. ..	12.50
Marque "Buffet", 10 doz. ..	12.00
Malt Extract, 8 doz.	15.60

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine (12)	qts.	pts.
12 litres.. . . .	20.00	21.00
Blankenheym & Nolet (14)	qts.	pts.
Anisette	12.00	
Curaçao	11.00	
Kirsch, forêt noire	12.00	
Liqueur Hannapier	18.00	19.00
Petite Chartreuse Jaune	18.00	19.00
Elixir de Spa	15.00	16.00
Briand & Jaquet (1)		Lacse
Cherry Whiskey		7.50
Blackberry Brandy		7.50
Cherry Brandy		7.50
Crème de Menthe Verte		9.00
Crème de Menthe Blanche		9.00
Crème de Cassis		9.00
Curaçao Orange		9.00
Sirop de Grenadine		7.00

Marie Brizard & Roger (12)	La cse
Anisette.. .. .	13.50
Curaçao, Orange ou Blanc.. ..	12.50
Marasquin.. .. .	13.00
Kummel, Superfin.	12.00
Kummel Crystallisé.. .. .	12.50
Green Peppermint.. .. .	13.00
Crème de Menthe, Blanche.. ..	13.00
Cherry Cordial	12.50
Cherry Brandy	12.50
Blackberry Brandy	12.50
Kirsch.. .. .	11.00
Bitter Triple.. .. .	12.00
Liqueurs assorties.. .. .	13.00
Crème de Menthe Verte.	13.00
Crème de Moka.. .. .	13.00
Crème de Cassis	13.00
Crème de Noyau	13.00
Eau-de-vie de Dantzik.. .. .	13.00
Orange Bitters.. .. .	9.50
Punch au Kirsh.. .. .	11.00
Peach Brandy	16.00

Chartreuse St-Denis (2)	qts.	pts.
Verte	10.50	11.50
Jaune	10.50	11.50

Delizy & Dolstan (3)	qts.	pts.
Curaçao	12.00	
Marasquin	12.00	
Kummel	12.00	

Liqueur jaune	15.00	16.00
Liqueur verte	16.00	17.00

Alex Droz & Cie (12)	qts.	pts.
Crème Cacao-Chouva.. .. .	16.00	17.00

Nelson Dupoy (14)	qts.	pts.
Maraschino	13.00	
Grenadine.. .. .	8.50	

Fréméy Fils (12)	qts.	pts.
Cherry Whiskey, [Chesky] ..	16.00	17.00
Orange Whiskey.. .. .	14.00	

Jules Lamothe (14)	qts.	pts.
Cherry Whiskey	9.00	

F. Lemonde & Cie (13)	1 cse	5 cses
Blackberry Brandy	7.35	7.00
Cherry Brandy	7.35	7.00

Cherry Whiskey	7.35	7.00
Crème de Menthe A.	8.00	7.50
Crème de Menthe A. A.	7.00	6.50

Crème de Citron	5.00	4.50
Grenadine (Litre)	6.50	6.25
Grenadine (Bout. Fantaisie) ..	6.00	5.75
Grenadine (Bout. Sauternes) ..	5.25	5.00
Crème de Cocoa	10.00	9.50
Crème de Vanille	10.00	9.50
Crème de Noyau	10.00	9.50
Fine Prunelle A.	12.00	11.50
Fine Prunelle A. A.	10.00	9.50
Anisette	10.00	9.50

Liqueur Cathédrale (Char-		
treuse)	10.00	9.50

Curaçao (Cruchon 1 litre)..	11.00	10.50
Curaçao (Cruchon 1 litre)..	12.00	11.50

Curaçao (Bout. Qrt.)	8.50	8.00
Crème de Cassis	10.00	9.50

Levert & Schudel (14)	qts.	pts.
Marque "Pélican"		

Anisette	12.00	
Crème de Menthe	12.00	

Curaçao	12.00	
Kummel	12.50	

Maraschino	13.00	
--------------------	-------	--

Melrose Drover Ltd (3)	La cse
Cherry Whiskey.. .. .	11.00

Frédéric Mugnier (3)	qts.	pts.
Crème de Menthe Verte..	11.00	

Cherry Brandy.. .. .	11.00	
Cacao l'Hara à la Vanille ..	12.50	

Kirsch ***.. .. .	11.00	
Prunelle de Bourgogne. ..	12.50	

Crème de Framboises.. ..	12.25	
Fine Bourgogne, 12 lit.. ..	20.00	

Crème de Cassis.. .. .	11.00	
Fine Bernard.. .. .	15.00	

Grenadine.. .. .	8.50	
Anisette.. .. .	11.00	

Kummel.. .. .	12.00	
---------------	-------	--

J. Sorin & Co. (14)	qts.	pts.
Cherry Whiskey	15.00	

P. Thorne & Sons (14)	qts.	pts.
Apricot Brandy	24.00	

Tournil & Fleury (2)	qts.	pts.
Anisette	8.00	

Crème de Menthe	8.00	
Crème de Cacao	8.00	

Crème de Cassis	8.00	
Curaçao	8.00	

Sirup Grenadine	6.00	
-------------------------	------	--

Gabriel Viard, Troyes (10)	12	24/2
	litres	litres

Chartreusette jaune	22.00	24.00
Chartreusette verte	24.00	26.00

Pur Abricot [the genuine] ..	28.00	30.00
Marasquin, bout. d'origine ..	22.00	24.00

Viardictine de l'Abbaye St.		
Urbain	20.00	22.00

Curaçao, triple sec	20.00	22.00
Peppermint [Menthe verte] ..	20.00	22.00

Cassis Imperator	20.00	22.00
Crème de Cacao, Sch...a		

à la vanille	20.00	22.00
Crème de Moka	20.00	22.00

Anisette Extra fine, Cru-		
chons ou flacons	20.00	22.00

Curaçao quadruple sec ..	22.00	24.00
Pour ordres d'importation, 25 caisses		

minimum, s'adresser aux agents.		
---------------------------------	--	--

Wilson (14)	qts.	pts.
Blackberry Brandy.. .. .	9.00	

Hungarian Blackberry Brandy	7.00	
Wallace Cherry Brandy.. ..	9.00	

MADERE

Blandy Bros. (2)	La cse
Very Superior.. .. .	8.50

Special Selected	10.50
London Particular.. .. .	13.00

Cossart, Gordon & Co. (5)	
Au gallon.. .. .	2.50 à 9.00

Rutherford & Browne (15)	
Au gallon... .. .	de 2.50 @ 10.00

MALAGA

Blandy Bros. (2)	La cse
Etiquette Bleu—pale-doux.	7.50
Etiquette Blanc—pale.	10.00

MOSELLE

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Brauenberger.	9.00	10.00
Piesporter	10.00	11.00
Berncasteler Doctor.	15.00	16.00
Crown Sparkling.	18.50	20.00
Nonpareil Sparkling.	24.50	26.00

Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Zeltinger	9.00	10.00
Brauenberger.	12.00	13.00
Pisport	13.50	14.50
Scharzberg—1895.	18.00	
Sparkling Moselle	20.00	21.50

Frédéric Krote (14)	qts.	pts.
Sparkling.	15.00	16.00

Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Winneger	6.00	7.00
Braunberger	8.50	9.50
Sparkling	17.00	18.00
Hocheimer	17.00	18.00
Cabinet	23.00	25.00

P. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Piesporter	8.50	9.50
Zeltinger	9.00	10.00
Braunberger	15.00	16.00
Berncasteler Doctor	16.50	17.50

OLD TOM & DRY GINS

Boords (9)	La cse
Old Tom.	7.25
London Dry.	7.25

Booth (4)	La cse
London Dry	8.00
Old Tom	8.00

Burnett (15)	La cse
London Dry	7.50
Old Tom	7.50

Club (3)	La cse
Old Tom.	6.50
Old Tom au gallon	3.00

Cold & Co. (1)	La cse
Sloe Gin	Qts. 10.00
Marque Beaver	Qts. 5.75
Marque Beaver	Pts. 6.75
London Dry	Qts. 6.00
London Dry.	Pts. 7.00

Colonial (3)	La cse
London Dry.	6.50

Gordon (12)	La cse
London Dry.	7.50

Old Tom.	7.50
Sloe Gin	9.25

Hill's & Underwood (6)	La cse
London Dry	7.50

Old Tom	7.50
Imperial Wine Co. (6)	La cse

London Dry.	6.50
Old Tom.	6.50

J. & W. Nicholson & Co. (10)	La cse
Old Tom	8.25

London Dry	8.00
Sloe	12.50

A. C. A. Nolet (5)	La cse
"The Real" Dry Gin	7.10

John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse
Old Tom	7.50

London Dry	7.50
Sloe	11.00

Thorne (14)	La cse
Old Tom.	7.50

London Dry.	7.50
Au gallon	3.50

Wilson (14)	La cse
Royal Crown Old Tom.	6.50

Au gallon.	2.00 @ 3.00
--------------------	-------------

OPORTO

Blandy Bros. (2)	La cse
Invalid's Special	12.00
Good Fruity	7.50

J. W. Burmester (14)

Royal.	5.00
Crusado	6.00
Rich Douro.	9.00
Fine Old Port Red	11.00
Toreador	12.00
Very Fine Old Port White	12.50
Pinhao	18.00
Emperor	21.00
White Port	12.00
Old Crusted.	12.00
Royal Blue Label	18.00

Diamond T.	2.50 @ 2.60
Two Grapes	2.75 @ 2.85
Three Grapes	3.00 @ 3.10
Four Diamonds	3.35 @ 3.50
Four Grapes	3.60 @ 3.75
Three Crowns	4.60 @ 4.75

J. M. Caselles y Tarrats (3)	Au gallon.
	1.00 @ 1.50

Cockburn, Smithes & Co. (4)	Tawny.
	La cse. 16.00

Au gallon.	2.75 @ 7.00
--------------------	-------------

Croft & Co. (6)	Au gallon.
	2.40 @ 7.50

A la caisse	7.00 @ 24.00
-----------------------	--------------

Robt. Delaro & Co. (2)	"Antique"
	qts. la cse. 7.00

Feuerherd Bros. & Co. (7)	La cse
Pioneer	12.00

Commendador	16.00
Au gallon	\$2.75 @ \$ 9.00

Garcia Hijos (2)
	8.50

Gulmarans & Co. (6)	Invalid's Reserve.
	La cse. 7.50

Au gallon.	2.25 @ 5.50
--------------------	-------------

Hunt, Roope, Teage & Co. (9)	Au gallon.
	2.00 @ 5.50

Oliva Merez y Ca. (3)	La cse
Old Tawny	5.50

MacKenzie & Co. Ltd. (12)	Au gallon.
	2.50 @ 10.00

A. Rizat et Cie (2)
	2.50

Robertson Bros. & Co. (3)	La cse
Medal Port No 1	16.00

Medal Port No 2	13.00
Favorita Oporto	8.00

Au gallon.	1.50 @ 6.50
--------------------	-------------

Sandeman & Co. (12)	La cse
Superior Old.	12.00

"Club"	18.00
"1890"	30.00

Au gallon.	2.50 @ 15.00
--------------------	--------------

T. G. Sandeman & Sons (5)	Au gallon.
	2.75 @ 9.00

Silva & Cosens (15)	La cse
Dow's Admiral.	16.50

Dow's Toreador	9.50
Au gallon.	2.50 @ 14.00

Manual Tosta (2)
	6.50

Wiese & Krohn (10)	Tinto Novo
	gallon 1.50

Caisse 12 qts.	5.50
Tinto Novo No 1	gallon 2.15

Legitim No 1	gallon 3.90
Caisse 12 qts.	7.50

Particulier	gallon 3.50
Invalid Port	cse 12 qts. 10.00

T. Ventura & Co. (2)
	4.50

E. Yzaguirre (5)	Le Gal.
Three Grapes	1.50

PORTER ANGLAIS

Guinness (3)	qts.	pts.
Read Bros. "Dog Head"	2.60	1.65

Guinness' (14)	qts.	pts.
Monkey Brand	2.50	1.60

Monkey Brand Nips	1.10	
Guinness' (4)	qts.	pts.

E. & J. Burke, bottling.	2.60	1.65
----------------------------------	------	------

W. E. Johnson & Co. (13)	qts.	pts.
Marque Compass	2.55	1.65

Machen & Co. (6)	Marque Pelican
	2.50 1.60

Machen & Hudson (5)	Marque "Beaver"
	2.50 1.50

RHUMS

Boivin, Wilson & Cie (3)	qts.	pts.
Black Joe	8.00	9.00

No 7.	7.00	8.00
Marie Brizard & Roger (12)	qts.	pts.

Ste-Croix.	12.00	
P. S. Clément.	11.00	

Jamaïque au gallon.	5.00	
E. & J. Burke (4)	qts.	pts.

Jamaica.	9.50	
Dandicolle & Gaudin (1)	qts.	pts.

Lion	8.00	9.50
Royal	0.00	11.00

St-Marc	0.00	9.50
Galibert & Varon (10)	qts.	pts.

Kalopa Habitation	10.50	12.50
Vieux Rhum	12.00	14.00

Carmencia (Jamaica)	13.00	15.00
Edward Hobson Jamaica (13)	1 se 5 cses	

Rum (Red seal) Litre	15.00	14.00
H. G. Kewney & Co. (5)	qts.	pts.

Old London Dock—1 Etoile	7.75	
Old London Dock—3 Etoiles	8.75	

Navy Reserve (6)	qts.	pts.
Jamaica	9.00	

John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse
Jamaica Rum	10.50

J. B. Sherriff & Co. (9)	Marque "Bell"
	9.00

Marque "Bell", 36 o. p. au gallon.	5.00	
Marque "Blue Star", 36 o. p. au gallon.	4.75	

Thorne (14)	qts.	pts.
Marque "Lion"	10.00	

Marque Lion	10.00	
Liquid Sunshine	9.50	10.50
Turner (2)		La cse

Quarts	7.00	
Pints	8.00	

1/2 Pints	9.00	
---------------------	------	--

SAUTERNES

Barton & Guestier (4)	qts.	pts.
Haut Sauternes	12.50	13.50

Graves	6.00	7.00
Barsac.	8.75	9.75

Château Yquem.	24.00	25.00
J. Calvet & Cie (6)	qts.	pts.

Graves.	5.25	6.25
Sauternes.	5.50	6.50

Haut Sauternes	11.50	12.50
J. Dutrénet et Cie	qts.	pts.

Graves	4.00	5.00
Sauternes	5.00	6.00

Haut Sauternes	7.00	8.00
Château Yquem.	18.00	19.00

Faure Frères (3)	qts.	pts.
Sauterne.	4.00	5.00

Sauterne.	5.00	6.00
Haut Sauterne.	8.00	9.00

Château Barsac.	6.50	7.50
Château Yquem.	15.00	16.00

Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Graves	4.00	5.00

Barsac	7.00	8.00
Haut Sauternes	8.00	9.00

Château Yquem	18.00	19.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts.	pts.

Ordinaire	5.50	6.50
Haut Sauternes	9.00	10.30

Jimenez & Lamothe (14)	qts.	pts.
Sauternes	5.00	6.00

Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts.	pts.
Barsac.	6.00	7.00

Sauternes.	6.00	7.00
Graves.	6.00	7.00

Haut Sauternes.	11.50	12.50
Château Yquem.	20.00	21.00

A. Lalande & Cie (5)	qts.	pts.
1890 Graves.	4.80	5.80

1888 Barsac.	5.20	6.20
----------------------	------	------

Lecompte & Morel (2) ..	2.75	3.25
F. Lemonde & Cie (13) ..	1 cse	5 cses
N'Importe Quoi (Bout. Sauternes) ..	8.50	8.00
N'Importe Quoi (Bout. Fantaie) ..	9.00	8.50
Vigneau & Cambours (2) ..	3.50	4.00
Gustave Vigneron (1) ..	3.00	4.00

SHERRIES

Blandy Bros. (2) ..	La cse
Manzanilla ..	8.50
Amoroso ..	11.00
J. M. Caselais y Tarrats (3) ..	
Au gallon ..	1.00 à 1.50
Richard Davies (9) ..	
Au gallon ..	1.50 @ 5.00
Pedro Domacq (5) au gallon ..	1.25 @ 9.00
Feuerheerd Bros. & Co. (7) ..	La cse
Emperador ..	16.00
Corona ..	12.00
D. Goni Feuerheerd (7) ..	
Caisses ..	16.00
Au gallon ..	3.00 à 9.00
Manuel Gamboa Ramirez (6) ..	
Au gallon ..	1.25 @ 4.50
A la caisse ..	4.50 @ 12.00
Jose Gomez (2) ..	La cse 8.50
Corona ..	12.00
Gonzalez & Byass (14) ..	La cse
Cristina Dry ..	10.00
Idolo Seco ..	12.00
Pendon ..	2.00
Claro ..	2.50
Giralda ..	3.00
Old Brown ..	3.25
Fino ..	3.75
Amontillado ..	4.00
Vino de Pasto ..	4.00
Oloroso ..	4.25
Las Torres ..	4.50
Victorioso ..	5.50
Jubilee ..	6.00
P. Juanito & Co. (2) ..	La cse 6.50
M. Misa (4) au gallon ..	1.50 @ 6.00
Oliva Morez y Ca. (3) ..	La cse
Golden Sherry ..	5.50

Mackenzie & Co. Ltd. (12) ..	
Au gallon ..	1.50 @ 10.00
Robertson Bros. & Co. (3) ..	La cse
Amontillado ..	16.00
Manzanilla ..	13.00
Oloroso ..	8.00
Au gallon ..	1.75 @ 7.50

Sanchez Hermanos (2) ..	La cse 4.50
Sanderman Buck & Co. (Julian Pémartin) (12) ..	La cse
Pale Dry ..	12.00
Montilla Fino, very dry ..	12.00
"Club" ..	18.00
Selected Old ..	36.00
"Jubilee" ..	50.00
Au gallon ..	de 1.50 @ 10.00

A. R. Valdespino & Co. (6) ..	
Au gallon ..	de 1.25 @ 6.50
A la caisse ..	de 5.00 @ 15.00
B. Vergara (9) ..	
Au gallon ..	1.50 @ 4.50

SPARKLING SAUMUR

Ackerman-Laurance (15) ..	qts. pts.
"Dry-Royal" ..	15.75 16.75
½ pts. paniers 1 doz ; paquets de 4 paniers ..	18.00

TARRAGONES

Darichez M. (4) au gallon ..	1.00 à 3.00
------------------------------	-------------

VERMOUTH

Dolin Chamberizette (2) ..	La cse 8.00
Cte Chazalette & Co. (3) ..	7.00
E. Martinazzi & Co. (Italien) (1) ..	5.75
Noilly, Prat & Co. (12) ..	7.00

Freund Ballor & Co. (Italien) (12) ..	6.75
P. Ricardo Forino (2) ..	6.50

VIN DE GINGEMBRE

Boivin, Wilson & Cie (3) ..	La cse
Quarts ..	4.50
Au gallon ..	1.20
Cold & Co. (1) ..	qts. 4.00
Au gallon ..	0.85 à 1.25

VIN DU RHIN

Deinhard & Co. (4) ..	qts. pts.
Laubenheim ..	7.00 8.00
Nierstein ..	8.50 9.50
Rudesheim ..	15.50 16.50
Liebfraumilch ..	17.00 18.00
Hochheim ..	18.00 19.00
Marcobrunn ..	21.50
Johannesberg ..	25.00
inwein [cruchons] ..	11.00 12.00
Sparkling Hock ..	17.50 19.00

Kock, Lauteren & Co. (12) ..	qts. pts.
Laubenheim ..	7.00 8.00
Bodenheim ..	7.50 8.50
Nierstein ..	8.50 9.50
Steinwein in Boxbeutels ..	11.00
Rudesheim ..	15.00 16.00
Liebfraumilch ..	15.00 16.00
Giesenheim ..	16.00 17.00
Hochheim ..	18.00 19.00
Johannisberg ..	21.00 22.00
Claus Johannisberg—1893 ..	30.00
Sparkling Hock ..	18.00 19.50

Frederick Krote (14) ..	qts. pts.
Laubenheimer ..	6.00 7.00
Niersteiner ..	6.75 7.75
Rudesheimer ..	10.00 11.00
Hochheimer ..	10.00 11.00
Steinwein ..	11.00 12.00
Liebfraumilch ..	14.50 15.50
Johannisberger ..	17.00 18.00
Royal Scharzberg ..	20.00 21.00
Sparkling Hock, blanc ..	16.00 17.00
Sparkling Hock, rouge ..	18.00 19.00

Johann Schlitz (3) ..	qts. pts.
Bodenheimer ..	6.00 6.50
Hohnheimer ..	6.50 7.00
Laubenheimer ..	7.00 7.50
Niersteiner ..	8.00 8.50
Oppenheimer ..	9.00 9.50
Hochheimberg ..	9.50 10.00
Johannisberg ..	15.00 15.50

F. J. Valckenberg, Ltd. (6) ..	qts. pts.
Laubenheimer ..	7.50 8.50
Niersteiner ..	9.00 10.00
Rudesheimer ..	12.50 13.50
Liebfraumilch—1893 ..	18.50 19.50
Johannisberger—1893 ..	25.00 26.00

VINS TONIQUES

Castro (5) ..	La cse
1 Seal port ..	5.00
3 Seal port ..	6.00
Dubonnet (1) ..	La cse
Litres ..	10.00
Red-Heart (15) ..	9.00
Vin Mariani (14) ..	10.00
Vin St-Michel (3) ..	8.50
Wilson's Invalid's Port (14) ..	8.00

WHISKEYS AMERICAINS

Cook & Bernheimer (14) ..	La cse
Bourbon Gold Lion ..	10.00
Old Valley ..	11.50
Old Valley ..	1-2 flasks 16.00

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye (1) ..	La cse
Screw top, 16 flasks ..	6.00
Screw top, 24 flasks ..	6.25
Screw top, 48 flasks ..	7.25
Glass stop, 24 flasks ..	6.50
Glass stop, 48 flasks ..	7.50

Perfection Brand Rye (1) ..	La cse
Amber ..	12 qts. 5.00
Glass stop, 32 flasks. Amber ..	6.00
Rock & Rye ..	12 qts. 7.00
Rock & Rye ..	24 flks 8.00

Parker's (9) High Wines 50 o. p. gal. En quarts ..	3.90
En 1-2 quarts ..	3.95
Quantités moindres ..	4.00

Jos. E. Seagram (16) ..	La cse
"Star" Rye ..	qts.
"Star" Rye ..	Flasks, 32s.
"Star" Rye ..	Flasks, 64s.
White Wheat ..	qts.
White Wheat ..	Flasks, 32s.
No. "83" Rye ..	qts.
No. "83" Rye ..	Flasks, 16s.

Hiram Walker & Sons (5) (8) ..	La cse
Canadian Club, 5 years old, qts. ..	9.00
Canadian Club ..	Flasks, 16s. 10.50
Canadian Club ..	2 Flasks, 32s. 11.00
Imperial ..	qts. 7.50
Imperial ..	Flasks 16s. 8.00
Imperial ..	½ Flasks 32s. 8.50

Canadian Club—5 years old ..	4.00
Imperial ..	2.80
Rye ..	25 U. P. 2.25
Malt ..	25 U. P. 2.25

Wilson (14) ..	La cse
Empire Rye ..	qts. 8.00
Empire Rye ..	flasks. 9.00
Empire Rye ..	½ flasks. 10.00
Empire Rye ..	32 flasks 8.00
Liquid Sunshine ..	qts. 6.00
Liquid Sunshine ..	Flasks 7.00
Liquid Sunshine ..	1-2 Flasks 8.00
Liquid Sunshine ..	32 Flasks 7.00
Etoffe du Pays ..	qts. 5.00
Moonlight ..	qts. 6.00
Moonlight ..	Flasks 16s. 6.50
Moonlight ..	Flasks 32s. 7.00
Moonlight ..	Flasks 36s. 7.25
Moonlight ..	Flasks 64s. 8.00

J. P. Wiser & Sons, Ltd. (17) ..	
Recreation ..	La cse
12 Bout. Rondes ..	qts. 5.00
12 Flks. ..	Imp. qts. 7.00
16 Flks. ..	Imp. qts. 5.50
32 Flks. ..	Imp. ½ qts. 6.00
36 Flks. ..	Travellers 6.00

Canada Whiskey ..	La cse
12 Bout. Rondes ..	qts. 7.00
20 Flks. ..	Imp. qts. 8.50
32 Flks. ..	Imp. ½ qts. 8.00
60 Flks. ..	Imp. ½ qts. 8.00

Red Letter ..	La cse
12 Bout. Rondes ..	qts. 8.00
Whiskey Clair ..	La cse
12 Bout. Rondes ..	qts. 5.00

WHISKEY ECOSAIS

Alexander & Macdonald ..	La cse
Sandy Macdonald, 10 years old ..	9.50

James Ainslie & Co. (1) ..	1 cse 5 cses
Ainslie Liqueur ..	13.00
Ainslie Special Liqueur ..	16.00
Ainslie All Malt Liqueur ..	15.00
O'Gillvie, quarts. ..	7.00 6.75
O'Gillvie, 24 flasks ..	7.75 7.50
O'Gillvie, Imperial quarts. ..	9.50
Ainslie, Yellow label ..	9.00
Ainslie, Ord. flasks. ..	10.25
Ainslie, Imperial quarts ..	13.50
Ainslie, White label ..	9.75
Ainslie, Special ..	10.50
Ainslie, Extra Special ..	12.50
Ainslie, Clynelish [Smoky] ..	13.00

Big Ben (1) ..	1 se 5 cses
Quarts [10 years old] ..	11.00 10.75

Bulloch, Lade & Co. (4) ..	La cse
Loch Katrine ..	qts. 7.50
Loch Katrine ..	32 Flasks. 9.50
Loch Katrine. Imp. Qt. Flasks ..	11.00
Special White Label ..	9.50
Extra Special Gold Label ..	11.00

Brae Mar Special (14) ..	La cse
Quarts ..	8.00
Flasks ..	9.00

1-2 Flasks	10.00
32 Flasks	9.00
Bruce, Wallace & Co. (14)	La cse
Five Crowns.	
Imperial quarts	10.50
Reputed quarts	7.00
24 Flasks	8.00
48 Flasks	9.00
48 Flasks (10 oz.)	14.00
Burns, Leslie & Co. (14)	La cse
Glenell.. .. .	qts.. 6.00
Loch Carron (14)	La cse
Imperial quarts	10.00
Reputed quarts	6.50
24 Flasks	7.50
48 Flasks	8.50
Robt. Dale & Co. (2)	La cse
Quarts	12s 5.00
Flasks	24s 6.00
1/2 Flasks	48s 7.00
Peter Dawson (3)	La cse
Perfection.. .. .	9.75
Special.. .. .	10.50
Extra Special.. .. .	9.50
Liqueur.. .. .	12.25
Old Curio, 20 years old	15.00
Au gallon.. .. .	4.00 @ 7.00
John Dewar & Sons, Ltd. (15)	La cse
Dominion Blend.. .. .	qts. 8.75
"Special".. .. .	qts. 9.25
Blue Label.. .. .	qts.. 9.75
Special Liqueur [W. Label] qts..	12.50
Extra Special Liqueur.. .. .	qts.. 16.50
5 cses d'une sorte ou assorties, 25c la cse en moins.	
Alex. Ferguson & Co. (10)	La cse
Fine et vieille liqueur 20 ans d'âge	15.00
Club Liqueur	13.50
P. & O. Special Liqueur, 10 ans	10.00
K. T.	9.50
Gleneil (14)	La cse
Imperial quarts	9.50
Reputed quarts	6.00
24 Flasks	7.00
48 Flasks	8.00
Greenless Bros. (14)	La cse
King Edward VII.. Ext. Sp. qts..	9.50
King Edward VII.. Sp. Liq. qts..	12.00
Dunblain pure grain	8.75
Dunblain pure malt	8.75
Real Antique pure Highland	16.00
King Edward VII	4.75 à 5.00
V. O. Extra Sp.	4.00 à 4.50
Haig & Haig (14)	La cse
★★★	9.50
★★★★	13.00
Pinched Bottles Wired	16.00
Au gallon	4.25 à 4.50
Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse
Hay's finest.. .. .	Sq. qts. 7.75
Hay's old	Rd qts. 6.75
Hay's old.. .. .	24 flasks 7.50
Hay's old	32 sq. flasks 7.50
Hay's old	Imp. qts. flasks 10.00
D. Hellbron (14)	La cse
Hillburn Blend.. .. .	qts.. 8.00
Hilburn Blend	Imp. qts.. 11.00
Hilburn Blend	Imp. ptes.. 12.00
King's Liqueur, 10 years qts..	10.00
King's Liqueur, 20 years	13.00
Au gallon	4.00 à 4.25
John Hopkins & Co. (5)	La cse
"Old Mull" Blend.. .. .	9.50
"Navy Liqueur" V. O. S.. .. .	12.00
House of Lords (14) 12.50
Melrose, Drover & Co. (3)	Legal.
1 étoile	4.00
2 étoiles	4.25
3 étoiles	4.50
4 étoiles	4.75
5 étoiles	5.00

A. Macmurdo & Co. (14)	La cse
Imperial quarts	8.50
Reputed quarts	6.50
24 Flasks	6.50
48 Flasks	7.50
Mitchell Bros. (2)	La cse
Mullmore 12 Btles.	qts.. 6.50
Mullmore 24s	pts. 7.50
Mullmore 48s	1/2 flks. 9.00
Mullmore 24 Imp. qts. Flasks ..	10.00
Glen Ogle 12 Btles rdes .. qts..	8.00
Heather Dew 12 Btles. rdes qts..	8.00
Heather Dew 12 Imp. Flks. qts.	11.25
Heather Dew 10 oz. Flks.	12.00
Special Reserve 12 Btles. rdes..	9.00
Special Reserve Pts. 24s	10.00
Special Reserve Imp. Flks. 24s	11.75
Finest Old Scotch 12 Btles. rds..	12.50
Grey Beard Stone Jars	12.50
E. S. L. Decanters	9.50
E. S. L.	qts. 9.50
White Star Liqueur	qts. 10.50
Old Scotch Proof.. .. .	Au gal. 3.50
Heather Dew	3.45 à 4.00
Seppal Res. Scotch Proof	4.00
Special Res.	3.50 à 4.50
Extra Spec. Liqueur	4.75 à 5.00
Wallace Moir (3)	La cse
Imperial Quarts.	12.00
Alex. McArthur & Co. (3)	La cse
Quarts	7.50
Flasks	8.50
Imp. Quarts	11.00
James McNeil (1)	La cse
Imperial Oval.. .. .	qts.. 8.00
Quarts.. .. .	6.00
Pints.. .. .	7.00
24 flasks, Screw top.	7.00
32 flasks, Screw top.	7.50
48 1/2 flasks, Screw top	8.00
5 cses à la fois, 25c. en moins.	
Ian McPherson (6)	le gal
Craigdhu.. .. .	10 O. P.... 4.00
Dhuloch	9 O. P.... 4.10
Special Blend.. .. .	8 O. P.... 4.25
Special Blend.. .. .	15 U. P.... 3.75
Geo. Philipps & Co. (13)	1 cse 5 cses
Scotch (Maid. 'O'mist.)	9.50 9.00
J. P. McGillavray, Sons & Co. (13)	1 cse 5 cses
Scotch (Happy Moments)	9.75 9.25
John Robertson & Son, Ltd. (7)	Legal.
	Droits payés
No 1—Fine Old	3.43
No 2—"Special"	3.68
No 3—Old Highland	3.96
No 4—Old Dundee	4.28
No 5—Old Private John	4.71
No 6—Liqueur	5.16
No 8—Dundee Finest	5.96
Private Stock John Robertson	12.50
J. R. D. "Star"	9.50
Duncan McIntosh	8.25
Robertson, Sanderson & Co. (6)	
"Glenleith" [8 years old]. la cse.	9.00
"Glenleith"	5 O. P. le gal. 4.75
"Glenleith"	15 U. P. le gal. 4.00
"Grand Spécial"	9.00
"Mountain Dew," full flavor. cse.	9.50
"Mountain Dew," cruchons terre.	la cse
8 Imp. qts. 12.00	
"Mountain Dew," cruchons terre,	
12 Imp. qts. 13.00	
"Mountain Dew," 4 O. P. le gal. 4.75	
Special Liqueur .. [15 years old].	12.50
Old Private Stock, [20 years old].	17.50
J. B. Sherriff & Co. (9)	La cse
Old Islay.. .. .	10.00
V. O. Islay.. .. .	10.25
Islay, 10 o. p. au gallon.. .. .	4.25
Islay V. O. preuve, au gallon.. ..	6.25

Stuart, Campbell & Co. (3)	La cse
Quarts.. .. .	6.50
Flasks	7.50
1/2 Flasks.. .. .	8.50
Imperial Quarts.. .. .	9.50
Tammany (14)	qts. 8.75
R. Thorne & Sons	La cse
Scotch Arms	10.00
Antique Liqueur, 20 years	12.00
Au gallon	4.50
John Walker & Sons (12)	La cse
Kilmarnock.. .. .	10.00
Wilsons' (14)	La cse
V. V. O. Quarts	8.00
V. V. O. Flasks	9.00
V V. O. 1-2 Flasks	10.00
WHISKEY IRLANDAIS	
E. & J. Burke (4)	La cse
Quarts.. .. .	8.50
Imperial Quart flasks	12.00
Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse
Hay's Old	Rd qts. 6.75
Hay's Old.. .. .	24 flasks. 7.50
Hay's Old	32 flasks. 7.50
Hay's Old	Imp. qt. flasks. 10.00
D. Hellbron & Sons (14)	La cse
Old Irish	Imp. quarts 11.00
Innishannon (14)	La cse
Quarts	6.50
Flasks	7.50
1-2 Flasks	8.50
John Jameson & Son (5)	La cse
1 étoile	9.50
3 étoiles.	11.25
William Jameson (12)	La cse
1 harpe.. .. .	9.75
3 harpes.. .. .	10.75
McConnell's (1)	La cse
★	Qts. 9.00
★★★	Qts. 10.75
Special Liqueurs	Qts. 12.50
Mitchell Bros. Ltd. (2)	La cse
Old Irish Imp. Qts. 12s	11.00
Old Irish 12 Btles. rdes .. Qts.	6.50
Old Irish Pts. 24s	8.00
Old Irish Flasks 10 oz.	12.00
Spec. Old Irish Imp. Pts. Flks.	11.75
Cruiskeen Lawn Stone Jars ..	12.50
Cruiskeen Lawn, Imp. Qts. Flks	11.50
Old Irish	3.65 à 4.00
Special Irish	4.75 à 5.00
Wm. O'Boone & Sons (1)	La cse
12 Imperial Oval Quarts	9.00
12 Ordinary Quarts	6.50
24 Pints	7.50
24 Flasks, stoppers	7.50
48 1-2 Flasks, stoppers	8.50
O'Brien (14)	La cse
Imperial quarts	10.50
Reputed quarts	7.00
Flasks	8.00
1-2 Flasks	9.00
Old Bushmill (14)	La cse
★★★	12.00
Special Malt.. .. .	10.50
Au gallon	4.50
George, Roe & Co. (12)	La cse
★	9.75
★★★	10.75
Kilkenny (3)	6.50
St-Kevin (3)	8.00
Kilkenny (3)	6.50
Wilsons' (14)	La cse
3 Horns	qts. 6.00
3 Horns	Flasks 7.00
3 Horns	1-2 Flasks 8.00

Marques Maison Fournier-Fournier, Ltée.		
	1 cse	5 cses
Rock and Rye	7.25	6.75
Mixed Bitters	8.00	7.50

Old Tom Gin (Royal Favourite)		
London Dry Gin (Royal)	8.00	7.50
Vin St. Martin	7.25	7.00

Fine Old Port	8.00	7.50
Vin de Gingembre	4.00	3.75
Vin Canadien	2.50	2.00

—Clef à la liste précédente—

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante.

1. L. Chaput, Fils et Cie.	7. John Robertson & Son, Ltd.	14. L. A. Wilson & Co.
2. Laporte, Martin et Cie.	8. Hiram, Walker & Sons.	15. J. M. Douglas & Co.
3. Boivin, Wilson et Cie.	9. Gillespies & Co.	16. Jos. E. Seagram.
4. John Hope & Co.	10. Bernard & Laporte.	17. J. P. Wiser & Sons.
5. W. R. Wonham & Sons.	12. Law, Young & Co.	18. D. McManamy & Co.
6. S. B. Townsend & Co.	13. Fournier & Fournier.	19. Gaston Dugas & Cie.

POUR COMBATTRE LES INCENDIES DANS LES ATELIERS

Les mesures à prendre pour éteindre immédiatement un feu qui se déclare dans un établissement manufacturier constituent un détail d'administration trop souvent négligé. Un grand nombre d'ateliers, surtout ceux de construction ancienne, ne sont pas munis d'appareils fonctionnant automatiquement, et une portion très considérable de ces appareils est située dans des endroits où le service de l'eau et celui des pompiers ne sont pas suffisants. Ces établissements ne peuvent compter en grande partie que sur leurs propres ressources, et il est d'une importance capitale pour eux d'avoir les moyens de combattre un incendie à son début. Le contenu d'un extincteur chimique appliqué immédiatement ou quelques seaux d'eau ou de sable, peuvent empêcher une perte considérable. Les agents d'assurance et les pompiers parlent d'un grand nombre d'incendies sérieux qui auraient pu être empêchés si on avait eu sous la main des moyens et un personnel entraîné, pour combattre les flammes avant qu'elles n'aient pu gagner du terrain.

Une longue exemption d'un mal en gendre souvent le mépris de ce mal, dit "The Iron Age". Quand un établissement n'a pas eu d'incendie depuis longtemps et que l'expérience d'autres n'a aucunement servi à remuer le personnel et à lui faire comprendre que le danger existe toujours, les mesures à prévoir pour combattre immédiatement les flammes sont sujettes à être négligées. Il n'est pas rare de voir un seau portant visiblement le mot "Feu", ou les mots "Pour usage en cas de feu seulement", avec son contenu à moitié évaporé ou ayant été

employé dans quelque autre but par quelqu'un qui s'est ainsi épargné la peine d'aller chercher de l'eau ailleurs. On laisse également se vider les seaux de sable dont le contenu est destiné à être jeté sur l'huile ou toute autre substance ne pouvant pas être éteinte par l'eau. Les extincteurs ne sont pas inspectés. Les compagnies d'assurance ont l'oeil ouvert sur cet état de choses qu'elles ont souvent à constater. Cela vient de ce que personne n'a la responsabilité de veiller à l'entretien des appareils. Ce qui est l'affaire de tout le monde est généralement l'objet de peu de soins.

Dans beaucoup d'établissements manufacturiers, le département du feu des ateliers est devenu une importante institution. Cette organisation peut être très simple et consister en quelques hommes instruits de leurs devoirs en cas d'alarme et munis des appareils nécessaires; elle peut être compliquée, des exercices réguliers avec les boyaux à incendie, les pompes, les extincteurs ou autres appareils, peuvent avoir lieu. Dans certains grands établissements, il y a des départements dont les hommes sont exercés avec soin jusqu'à ce qu'ils égalent en efficacité pratique, le corps de pompiers d'une grande ville. Des alarmes sont sonnées à intervalles irréguliers plus ou moins fréquents, de manière à exercer ces hommes dans les conditions réelles où un incendie se déclarerait. Ces pompiers sont des ouvriers qui travaillent dans l'établissement. Ils reçoivent leurs salaires réguliers lorsqu'ils s'exercent et on leur donne d'habitude un bonus une ou deux fois par an sous forme d'une somme argent—cette somme n'est pas forte, elle sert seulement à indiquer que les services de ces hommes sont appréciés. Chose étrange, ces systèmes complets sont plus communs dans les gran-

des villes où il y a de bons corps de pompiers que dans les districts éloignés où les manufactures doivent compter sur leurs propres ressources en cas d'incendie, surtout quand le feu se déclare; c'est alors qu'une prompte action est très importante.

Quand on considère les précautions qui viennent d'être énumérées brièvement, on voit que les établissements où les cas d'incendie ont été peu prévus manquent tristement de préparation.

Il n'est pas difficile de prendre soin de quelques détails simples. Il est utile, si on ne fait rien de plus, de donner des instructions à quelque contremaître ou employé ou à plusieurs d'entre eux, pour qu'ils s'occupent des seaux disposés en cas d'incendie et voir à ce qu'ils soient toujours pleins d'eau ou de sable. Un homme qui a reçu ces instructions et sur lequel repose cette responsabilité, manquera rarement à son devoir. Une responsabilité semblable devrait exister dans les établissements où de plus grandes mesures de précaution sont prises. Les instructions devraient être assez explicites pour que tous les moyens disponibles soient mis en oeuvre immédiatement, quand un incendie est découvert.

Les bonnes annonces sont comme les costumes faits sur mesure par le tailleur. Les annonces faites à-la-diable sont généralement écrites précipitamment, sans considération pour la valeur de l'espace ou les résultats à obtenir. Mesurez l'objet à annoncer sous toutes ses faces, notez tous les points de nature à faire impression sur telle ou telle personne. Avec ces mesures en votre possession, vous serez à même de bâtir l'annonce qui créera une impression.



CE QU'UN HOMME FUME PENDANT SA VIE

Il doit exister une grande quantité d'hommes qui fument une once de tabac par jour. Ces dignes fumeurs sont évidemment des hommes d'un esprit philosophique et réfléchi, bien qu'ils ne se soucient pas toujours de faire savoir au monde les résultats de leurs hautes méditations, dues à l'influence du tabac calmant, dit un auteur dans Tit-Bits.

Ce sera une chose nouvelle, même pour ces hommes là d'apprendre qu'il ne faudrait pas moins de 98 ans pour fumer une tonne de tabac à ce taux de consommation, et il sera encore plus surprenant de considérer cette quantité à divers points de vue.

L'homme qui fume une once de tabac par jour est invariablement un fidèle amateur de la pipe.

Il peut se soumettre à fumer un cigare ou une cigarette pour plaire aux dames, mais la pipe est sa passion véritable. Nous supposons donc d'abord que cette tonne de tabac doit être fumée dans la vulgaire pipe.

Si les paquets ordinaires d'une once étaient empilés en une seule colonne, ils s'élèveraient à une hauteur de 2,700 pieds. Arrangés en un bloc compact, ils formeraient un cube mesurant 13 pieds dans tous les sens soit plus de deux fois la hauteur d'un homme.

Nous pourrions concevoir une pipe spécialement faite pour consumer cette masse. Une telle pipe, faite dans le genre de la pipe de bruyère ordinaire aurait une longueur de 100 pieds et son fourneau aurait un diamètre de 20' pieds. La contenance de ce fourneau suffirait à 700 hommes.

Si le fumeur d'une pipe aussi énorme préférerait le genre "Churchwarden", il obtiendrait une pipe en terre de forme élégante et d'une longueur de 500 pieds; cette pipe serait assez longue pour s'étendre sur toute la largeur de la façade de la "Royal Court of Justice".

De tels calculs impraticables servent à faire ressortir la masse représentée par une tonne de tabac, mais il n'est pas moins intéressant de considérer cette masse dans des conditions ordinaires.

On use en moyenne deux allumettes par

pipe de tabac, et c'est une moyenne basse.

Pour fumer ses 750,000 pipes, le fumeur devrait employer autant d'allumettes qu'il en faudrait pour couvrir la distance de Londres à Coventry ou à Bath ou à Gloucester, si ces allumettes étaient placées bout à bout. Le bois de ces allumettes pourrait à peine être fourni par un groupe de 20 gros arbres, hauts chacun de 40 pieds. L'énergie calorifique représentée par ces allumettes, énergie qui est en grande partie perdue, servirait à faire parcourir à une locomotive une distance considérable.

Si le fumeur était économe et dépensait en moyenne 5d. seulement par once de tabac, il ne déboursait pas moins de £750. Au bout de 10 ans de mariage, quand sa provision serait probablement diminuée de moitié, il épargnerait £35 sur ce chapitre de ses dépenses.

Il ne faut pas oublier que beaucoup d'hommes préfèrent la cigarette à la pipe. Considérons notre tonne de tabac fumée sous cette forme.

Il y a une différence considérable dans le nombre de cigarettes consommées, suivant que le fumeur fait lui-même ses cigarettes au lieu de les acheter toutes faites. Dans le premier cas, il n'en convertirait pas moins de 1,000,000 en fumée odorante; si ces cigarettes étaient disposées en ordre, elles formeraient une mince ligne blanche allant de Londres à Brighton, et, dans le deuxième cas, ces cigarettes couvriraient une longueur de 37 milles. Placées côte à côte, elles couvriraient un petit sentier de 5 milles de longueur.

Si toutes ces cigarettes pouvaient être réunies en une seule, nous aurions une énorme cigarette d'un diamètre de 10 pieds et d'une longueur de près de 100 pieds. Un homme bâti pour pouvoir fumer cette cigarette devrait avoir 2,200 pieds de hauteur, c'est-à-dire être aussi grand que 15 fois la colonne Nelson. Il aurait un pied mignon dont la longueur serait de deux fois la hauteur de cette colonne et pèserait plus de 500 tonnes.

Il faudrait l'imagination d'un Dean Swift pour concevoir un fumeur de proportions si colossales.

Le papier employé pour ces cigarettes, si elles étaient manufacturées, représen-

terait la même superficie que le papier employé pour 1,000 exemplaires complets du journal Tit-Bits. Si ces cigarettes étaient faites par le fumeur lui-même, les feuilles de papier à cigarettes étant plus grandes, il faudrait simplement 400 exemplaires de plus pour égaler la vaste de quantité de papier employé. Le coût de ces cigarettes varierait de £800 à £1200. En outre, comme un cinquième d'une cigarette est jeté sans être fumé, il y a au moins £160 littéralement perdues en déchets.

Le consommateur de ce tabac peut, comme Svengali, être un amateur du gros cigare de la Havane. Dans ce cas, il doit être prêt à dépenser au moins £3000, dont £500 représentent les bouts de cigares jetés par lui.

La quantité de nicotine contenue dans le tabac varie beaucoup, mais il a été établi qu'un cigare contient en moyenne assez de nicotine pour tuer deux hommes. Il va sans dire que cette nicotine est volatilisée ou disparaît d'une autre manière sans affecter le fumeur.

Il y a là cependant une idée pour l'économiste politique. La quantité de nicotine contenue dans notre tonne de tabac, si elle était administrée judicieusement à l'état brut, pourrait résoudre le problème inquiétant de notre surplus de population en privant du fardeau de l'existence 400,000 adultes pleins de santé.

Comme nous ne désirons pas alarmer la ménagère économe ou diminuer les privilèges de son mari, nous ne parlerons pas de la valeur des vêtements gâtés, du coût de l'enlèvement de la cendre et des débris ou des nombreuses autres branches reliées à ce thème intéressant.

Ces sommes d'argent formidables ne devraient pas décourager le fumeur hésitant. La nicotine peut être une maîtresse exigeante; mais les heures de plaisir réel, la consolation dans le malheur et la souffrance, la compagnie dans la solitude qu'elle procure à ses adorateurs, compensent de tout et nous justifient amplement de nous avouer ses humbles sectateurs à son autel odorant.

L'INDUSTRIE DU TABAC

Comment se fait-il que parmi les grands ouvrages qui ont fait leur marque dans la littérature du monde il n'y en ait aucun

qui raconte l'histoire du tabac? Ce sujet offre un champ illimité au poète, au romancier, au littérateur et à l'historien.

Monsieur Barrie a écrit la plus charmante des idylles sous le titre de "My Lady Nicotine", mais ce livre est essentiellement limité dans sa conception, son étendue et son caractère et touche à peine au sujet étendu qu'il devrait traiter. Dans ce livre, il n'est question que d'une seule marque de tabac mélangé pour la pipe et l'exemple donné par M. Barrie de la possibilité de produire un roman basé sur un simple mélange de tabac ne prouve-t-il pas ce qui peut-être fait au sujet d'une question qui n'a pas encore été traitée? D'autres auteurs ont écrit des histoires sur le tabac et beaucoup de traités ont été faits en de nombreuses langues sur ce qui concerne la culture, le séchage et la préparation du tabac. Mais quel est le livre qui ait été écrit et qui puisse réclamer pour de bonnes raisons le titre de "Tobacco"?

En vérité, le sujet est trop étendu. Ce n'est que lorsqu'on s'assied et qu'on pense calmement avec l'assistance d'un crayon et du papier qu'on commence à avoir quelque idée de l'industrie considérable qu'une habitude du genre humain a aidé à développer, habitude qui n'est pas très ancienne parmi les nations civilisées comme le sont les autres habitudes. Certains historiens ont cherché, mais heureuse-

ment avec peu d'effet, à jeter du discrédit sur l'histoire de ce domestique de Sir Walter Raleigh qui jeta le contenu d'une cruche sur son maître pendant qu'il fumait une pipe, laquelle, dit-on, était la première qui ait été fumée dans ce pays.

Les recherches d'historiens véridiques, dit "The Tribune", ont malheureusement prouvé amplement que la même histoire a été écrite au sujet de plusieurs auteurs contemporains. En parlant du grand homme qui, le premier, a introduit le tabac dans le monde civilisé, ces historiens nous font considérer les réclamations de Fra Romano Payne qui écrivit une lettre célèbre à Peter Martyr en 1496, de Gonzalo Hernaudez de Oviedo, vice-roi de Saint Domingue et de Jean Nicot qui, en 1561, offrit des plants de tabac à Catherine de Médicis.

Néanmoins, quelles que puissent être les prétentions individuelles de ces gentilshommes, il reste une chose incontestable, c'est que l'habitude de fumer du tabac était inconnue du monde civilisé avant que Colomb eut découvert l'Amérique.

Cette habitude s'est répandue aujourd'hui dans tout l'univers. Des terrains représentant la surface totale de plusieurs pays sont employés à la culture du tabac. Outre des établissements centraux qui s'occupent de la culture, du séchage et de la préparation du tabac, des

centaines d'industries accessoires ont poussé et des millions d'habitants comptent aujourd'hui sur ces industries pour gagner leur vie. Ajoutez à cela les centaines de millions d'habitants qui ne vivent pas de l'industrie du tabac, mais qui se bornent simplement à fumer; ajoutez-y aussi les centaines de millions de livres sterling qui sont dépensées dans cette industrie et ses branches multiples et vous pourrez vous faire quelque idée de la place que le mot tabac occupe dans le monde.

Les chiffres sont convaincants. Il n'y a pas de documents qui embrassent toute l'industrie du tabac dans ses milliers de ramifications, mais, de temps à autre, des calculs ont été faits au sujet de la consommation du tabac; ces calculs font voir jusqu'à un certain point l'étendue de l'habitude la plus prépondérante au monde. La consommation du tabac est, à l'heure actuelle, plus grande qu'elle n'a jamais été. Le tableau suivant indique l'augmentation remarquable qui a eu lieu dans la consommation du tabac aux Etats-Unis depuis 1821.

	Consommation totale en livres.	Consommation par tête en onces.
1821	15,598,152	11.71
1831	19,533,831	12.80
1841	22,309,360	13.21
1851	28,062,978	16.87
1871	42,775,334	21.49
1881	49,820,493	22.60

ESSAYEZ LE NOUVEAU CIGARE

FORTIER'S
CLEAR
HAVANA

FAIT DES MEILLEURS TABACS DE LA HAVANE PAR DES CUBAINS.
MANUFACTURE PAR

J. M. FORTIER, Limitée, MONTREAL.

En Angleterre, pendant l'année 1901, la quantité de tabac consommé a été de 78,402,082 livres, pour une population de 41,607,552 habitants, ce qui représente une consommation par tête de 30.2 onces. La moyenne pour toute l'Europe en 1862 a été calculée à 2½ livres par chaque habitant, ce qui représente trois onces par mois. En mettant le nombre des fumeurs à 30 p. c. de toute la population, ce qui est une bonne proportion quand on y comprend les femmes, les enfants et les non fumeurs, on voit que dans toute l'Europe chaque fumeur en moyenne consomme dix onces de tabac par mois ou environ 2½ onces par semaine. En Angleterre, cette quantité est inférieure à 2½ onces par semaine. Les plus grands fumeurs du monde sont sans aucun doute les Hollandais. Une estimation faite avec soin indique que la consommation en Hollande est d'un peu plus de sept livres pour chaque habitant. Cela veut dire que chaque Hollandais consomme presque huit onces de tabac chaque semaine. Il est, bien entendu, impossible de calculer la consommation du tabac pour le monde entier; mais un calcul fait en 1905 par le gouvernement des Etats-Unis indique le poids total du tabac consommé et le poids par tête de population pour les douze pays principaux au cours de l'année précédente:

Pays.	Total annuel Livres.	Consom- mation par tête.
Etats-Unis. . .	440,000,000	5.40
Allemagne . . .	201,753,000	3.44
Russie	150,244,000	1.10
France	84,393,000	2.16
Royaume-Uni. .	83,378,000	1.95
Autriche . . .	78,755,000	3.02
Hongrie. . . .	47,905,000	2.42
Belgique. . . .	44,273,000	6.21
Italie.	34,549,000	1.05
Mexique. . . .	18,870,000	1.39
Canada	15,400,000	2.14
Australie . . .	10,58,000	2.58
Douze pays . .	1,209,678,000	2.79

Pour débiter dans l'étude du tabac, il faut d'abord étudier la feuille. Les variétés de feuilles connues du commerce et leur provenance sont excessivement nombreuses. Certaines qualités de tabac, comme certaines marques de vins, ne peuvent être produites que dans des localités particulières, et les essais faits pour les cultiver ailleurs ont été un insuccès commercial. Ces tabacs sont donc des monopoles naturels. Bien plus, la saison de la croissance et celle de la récolte du tabac ont une influence aussi radicale que sur la vigne et, à cause de différence dans la délicatesse d'arôme, une récolte peut être beaucoup plus précieuse qu'une autre qui a poussé exactement dans le même endroit. L'importateur expert de tabac et ses dégustateurs sont des juges étonnants de ces différences subtiles. Dire en fumant un cigare la semence qui a fourni la feuille dont ce cigare a été

fait et le pays particulier dans lequel ce tabac a poussé sont des choses simples pour eux et fréquemment, quand il s'agit de cigares de haute qualité, ils peuvent dire la saison particulière dans laquelle cette feuille a été cueillie. En outre, des feuilles de certaine qualité conviennent particulièrement pour la fabrication des cigares et d'autres pour le tabac à pipe et à cigarettes, ainsi que pour le tabac à priser. Parmi les tabacs à cigares, ceux des qualités les plus précieuses sont cultivés dans le Nord-ouest de l'île de Cuba. Le district qui produit la feuille à cigares de la plus haute qualité est celui de Vuelta Abajo, après lequel viennent ceux de Partidas et de Vuelta Arriba. Une grande quantité de ces cigares qui sont ce que l'amateur le plus difficile peut désirer de mieux est faite dans l'île, mais une quantité considérable de cette feuille est exportée en Europe et aux Etats-Unis pour y être mélangée avec du tabac plus commun auquel cette feuille donne l'arôme du tabac de la Havane.

Il se fait aussi une grande exportation de tabacs du Brésil, particulièrement de la province de Bahia; la plus grande partie de ces tabacs est employée à la manufacture des cigares. Dans l'Est, la région productrice de tabac la plus importante est celle des Philippines où on fabrique les cigares Manilla. Les cigares Hava et Sumatra proviennent respectivement de tabac cultivé dans ces districts; on cultive aussi d'autres sortes de tabacs dans la présidence de Madras et dans le Burmah.

Quelques-unes des qualités de tabac à fumer les plus estimées sont cultivées dans les districts de Varinas Merida et Margarita du Vénézuéla; mais les plus grandes quantités de tabac à fumer qui entrent en Amérique proviennent des vastes plantations des Etats-Unis, dans le Kentucky, le Maryland, la Virginie et l'Ohio. Les tabacs à fumer de la plus haute qualité et ayant l'arôme le plus riche sont cultivés en Turquie, particulièrement dans la province de Salonique. Le fameux tabac Labakia, très employé par les manufacturiers anglais pour faire des mélanges, est produit dans la province de Saida dans la partie Nord de la Syrie.

EXPORTATIONS DE CIGARES DE LA HAVANE

Les tableaux ci-dessous indiquent le nombre cigares exportés du port de la Havane pendant la deuxième quinzaine de juillet et la première quinzaine d'août:

2e quinzaine de juillet

	Cigares.
Etats-Unis	2,502,304
Grande-Bretagne	1,668,175
Canada	267,500

Allemagne	104,425
Espagne	57,875
Autriche	52,400
Australie	10,000
Divers pays d'Afrique	16,000
Chili	6,500
Panama	5,450
France	4,350
République Argentine	20,075
Iles Canaries	3,700
Equateur	1,500

Total du 16 au 31 juillet	4,720,254
Du 1er janv. au 15 juillet	65,309,074

Total du 1er janv. au 31 juillet 1907	70,029,323
Période correspondante en 1906	144,305,159

Diminution en 1907	74,275,822
------------------------------	------------

1ère quinzaine d'août

	Cigares.
Etats-Unis	3,474,482
Grande-Bretagne	3,042,365
Allemagne	486,900
Canada	307,450
Chili	215,625
République Argentine	168,575
France	129,550
Autriche	122,700
Australie	119,800
Pérou	26,100
Bolivie	26,000
Belgique	21,500
Mexique	19,175
Divers pays d'Afrique	15,000
Vénézuéla	10,800
Iles Canaries	10,000
Chine Allemande	7,500
Afrique Britannique	5,000
Porto-Rico	3,000
Espagne	1,600

Total du 1er au 15 août 1907.	8,213,623
Du 1er janv. au 1er août 1907.	70,029,323

Du 1er janv. au 15 août 1907.	78,242,951
Même période en 1906	159,359,257

Diminution en 1907	81,116,306
------------------------------	------------

LE TABAC CANADIEN EN ANGLETERRE

M. P. B. Bail, agent commercial canadien à Birmingham, Angleterre, a envoyé le rapport suivant au sujet d'un débouché dans ce pays pour le tabac canadien:

"D'après ce que j'ai vu de la consommation du tabac en Angleterre, je peux dire qu'il y a là une très bonne opportunité pour les manufacturiers canadiens. Il y a quelque temps, je persuadai à un marchand de Birmingham d'importer une petite quantité de nos marques favorites au Canada, et comme résultat, ce marchand fait de très bonnes affaires. Il vend, dit-il, plus de ce tabac particulier que de tous les autres qu'il a en magasin. Je ne connais pas, bien entendu, le procédé de la manufacture du tabac, ni surtout du tabac haché mis en paquets; mais si les manufacturiers canadiens pouvaient envoyer ici un tabac ne contenant aucune matière adoucissante,

il y aurait une économie de droits de 3d. par livre.

"Les tabacs Cavendish et Negro Head figurent comme tabacs adoucis et les autres tabacs manufacturés comme tabacs non adoucis. Je pense que beaucoup de nos bonnes marques de tabacs mélangés se vendraient, car 6d. par once est un prix général.

Le tabac T. & B., importé par l'intermédiaire d'agents, se vend 6½d. l'once. Le tabac devrait être mis sous feuilles d'étain en paquets de 2 et 4 onces, car ici on n'achète pas autant qu'au Canada le tabac par livres. Des paquets de ¼ ou ½ livre en boîtes de fer-blanc pourraient convenir, mais les paquets plus petits valent mieux. Les manufacturiers remarqueront que les droits d'accise et d'importation sont les mêmes. Le fabricant anglais n'a aucun avantage sur l'exportateur.

Le tableau suivant indique les droits perçus sur diverses sortes de tabac:

	s.	d.
Tabac non manufacturé, c'est-à-dire contenant 10 lbs. ou plus d'humidité par 100 lbs., s'il n'est pas écôté, la livre . . .	3	0
Tabac écôté	3	0½
Tabac contenant moins de 10 lbs. d'humidité par 100 lbs., s'il n'est pas écôté, la livre . . .	3	4
Tabac manufacturé, c'est-à-dire cigares	6	0

Tabac Cavendish ou Negro Head, la livre	4	4
Tabac manufacturé en entrepôt, la livre	3	10
Autre tabac manufacturé, c'est-à-dire:		
Cigarettes, la livre	4	10
Autres sortes, la livre	3	10

CONSUMMATION DES CIGARES ET DES CIGARETTES AU CANADA

D'après une dépêche d'Ottawa, les rapports sur la consommation du tabac au Canada, pendant les douze mois finissant le 30 juin dernier, indiquent une augmentation de près d'un tiers dans le nombre des cigarettes, tandis que la consommation des cigares est restée à peu près la même relativement à l'année fiscale 1905-1906. Pendant les douze mois finissant le 30 juin 1907, le nombre total des cigarettes consommées a été de 331,972,137, relativement à 269,334,937 pour la période correspondante de 1905-1906; il y a donc augmentation de près d'un tiers. En 1904, le nombre des cigarettes consommées était de 250,860,387 et, il y a dix ans, ce nombre était seulement de 93,798,000.

La consommation des cigares, pendant les douze mois finissant le 30 juin dernier, a été de 193,816,535, à peu près la même que pendant les douze mois précédents. Les cigares faits de tabac cana-

dien s'élevaient au nombre de 2,826,721, relativement à 3,172,466 pour l'année fiscale 1905-1906.

La consommation totale du tabac de toute sorte pendant les douze mois est à peu près la même.

CONSUMMATION DU TABAC AUX ETATS UNIS

Pendant l'année finissant le 30 juin, il a été fabriqué aux Etats-Unis 5,781,862,130 cigares; ce nombre est en augmentation de 3,783,266,213 sur celui de l'année précédente. L'année dernière, la consommation du tabac à chiquer et à fumer a été de 369,186,303 livres, contre 354,454,499, l'année précédente. La consommation des cigarettes n'a pas eu de tendance à s'arrêter, car l'augmentation pour l'année du nombre de cigarettes fumées a été de 5,665,537, le nombre total des cigarettes fumées ayant été de 15,159,227.

Quand un article est en demande, c'est qu'il plaît au public et qu'il a des qualités réelles. C'est ce qui se passe pour le cigare Emporium à 10c. et le cigare Mont-Pelée à 5c., fabriqués par Emporium Cigar Co. Ce sont des cigares qui donnent satisfaction au consommateur et par suite au marchand; ce sont donc des cigares à tenir en stock.

Une bonne annonce vend des marchandises aujourd'hui et vous fait une bonne réputation pour demain.

LES CIGARES

EMPORIUM A 10c.

— ET —

MONT PELEE A 5c.

Font leur chemin dans les meilleurs Hôtels et Restaurants. Les Tabacconistes soucieux de leurs intérêts les ont en stock.

Pourquoi ne tiendriez-vous pas les deux Meilleurs Cigares pour le Prix? . . .

The Emporium Cigar Co.,
ST-HYACINTHE, QUE.

Essayez seulement

≡ LE CIGARE ≡
PAPA
≡ A 10 Cents ≡

LE CIGARE DE QUALITÉ

Fabriqué par

L. N. HADD,

115, rue St-François-Xavier, - - MONTREAL.

Telephone Bell: Main 4581.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA					
Cigarettes.	Par mille				
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00		Durham —		
Pet, 1/10..	12.00		En sacs, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00	
Sweet Caporal, en boîtes de 10..	8.50		En sacs, 1/6s, btes 5 lbs..	1.00	
Athlete, boîtes de 10 ou ppts 10s	8.50		En drums, 1 lb....	1.00	
Old Judge, en boîtes de 10s..	8.50		Virginity — drums, 1 lb....	1.25	
Majestic, 20s..	8.25		Unique —		
New Light, [tout tabac] 10s..	8.50		Ppts, 1/15s, boîtes 5 lbs..	.65	
Sub Rosa [tout tabac] ..	8.50		Ppts, 1 lb, boîtes 5 lbs..	.61	
Derby en ppts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55		Ppts, 1/2 lb., boîtes 5 lbs..	.60	
Old Gold, 6 ⁴ (600) 3.78; 1/10s..	6.30		Lord Stanley — tins, 1/2 lb..	1.05	
Prince, 7, [700] 4.02; 10s..	5.75		Hand Cut Virginia — tins, 1/4 lb..	1.00	
Sweet Sixteen, ppts, 7s, 4.02; 10s.	5.75		Duke's Mixture —		
Murad, Turques, bouts en papier	12.00		Ppts, 1/10 lb, cartoons 2 lb..	.82	
Mogul, Turques, bouts en papier	12.00		Perique Mixture —		
Mogul Magnums, bouts en papier.	16.00		En tins, 1 lb. et 1/2 lb....	1.15	
Dardanelles [Turques] bouts en papier 12.25, en liège ou argent.	12.50		Athlete Smoking Mixture —		
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00		1/2 and 1/4 lb. tins....	1.35	
Yildiz Magnums, Bouts en papier, en liège ou en or, 10s. et 100s.	20.00		Pure Perique —		
Virginia Brights, bte de 600, 3.50 .	5.83		1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.	1.75	
High Admiral, 10s....	7.00		St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins & 1/10 sacs....	1.20	
Gloria, 7s [700] 4.02; 10s..	5.75		P. X X X —		
Guinea Gold..	12.00		1 lb. tins....	.95	
Otto de Rose, 10s..	12.50		1/2 lb. tins....	1.00	
Tabacs à cigarettes.	La lb.		1/5 tins....	1.00	
B. C. No 1, ppts, 1/12, btes 5 lbs..	1.00		Handy Cut Plug —		
Puritan, ppts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		1/5 pouches, 5 lbs boxes....	.90	
Athlete, paquets ou boîtes 1-12, boîtes 5 lbs..	1.05		1/2 lb. jars..	.90	
Derby, en tins, 1/4s....	.95		Old Virginia —		
Vanity Fair, ppts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.20		1 lb. tins....	.78	
Sultana, ppts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		1/2 lb. tins....	.80	
" 1/2 & 1 lb, ppts, btes 5 lbs.	.96		1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes....	.72	
Gloria, ppts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		1 lb. & 1/2 lb. pcks, 5 lb. boxes..	.72	
Southern Straight Cut, paquets, 1/12s, btes 5 lbs....	.85		Morning Dew Flake Cut —		
Old Judge, ppts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.45		1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.82	
Sweet Caporal, ppts 1/13s, btes 2 lbs....	1.15		1-6 tins....	1.00	
Houde's Straight Cut No 1, ppts, 1/12s, boîtes 5 lbs....	1.00		1/2 lb. tins....	.94	
Dufferin, ppts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		1-5 bags....	.88	
Le Caporal, ppts, 1/12s, btes 5 lbs	1.00		Blue Star —		
Harem [Turque], ppts, 1/16s, btes 5 lbs....	1.35		1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.83	
Klosk [Turque], paquets, 1/16..	1.92		Favorite — 1/2 lb. tins....	.69	
Tabacs coupées à fumer.			Champaign Cut Plug —		
Old Chum —	La lb.		1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80	
En tins, 1/6s....	1.00		1-5 tins....	1.00	
En tins, 1/2 lb....	.85		1/2 lb. tins....	.96	
En tins, 1 lb....	.85		1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80	
Ppts, 1/10s, btes 5 lbs....	.85		Khaki —		
En sacs, 1/5s, btes 5 lbs..	.88		1-5 tins....	1.00	
Puritan Cut Plug —			1/2 lb. tins....	.96	
Ppts, 1/11s, boîtes 5 lbs..	.85		1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80	
En tins, 1/2 et 1/4 lbs..	.85		Red Star —		
En tins, 1/5s....	.93		1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.83	
En tins, 1 lb..	.83		Sweet Bouquet —		
Full Dress —			1/2 lb. tins....	1.25	
En tins, 1/5 et 1/2 lbs..	.95		Maryland —		
Meerschaum —			1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.78	
Ppts, 1/10s, btes 5 lbs..	.82		1/4 lb. tins....	.78	
En tins, 1/2 lb....	.84		Gold Star —		
En sacs 1/5 btes 5 lbs..	.92		1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80	
Ritchie's Smoking Mixture.			M. P. [Perique Mixture].		
Ppts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80		1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes..	.88	
En tins, 1/4 lb..	.95		Houde's Celebrated Mixture —		
Ritchie's Cut Plug —			1-8 tins....	1.35	
Ppts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs..	.71		Gold Crest Mixture —		
Cut Cavendish —			1/4 & 1/2 lb. tins....	1.35	
Ppts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80		Gold Dust —		
			1-10 bags, 5 lb. boxes....	.88	
			1-12 bags, 5 lb. boxes....	.90	
			A. T. C. Mixture à fumer —		
			En tins, 1/4 lb..	1.40	
			En tins, 1-8 lb..	1.45	
			Social Mixture		
			Ppts 1-10 btes 5 lbs..	.75	
			En tins, 1-2 lb..	.75	
			Seal of North Carolina —		
			En tins de 1/2 et 1/4 lbs....	1.05	
			En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs..	1.05	
			1/12, 1/8 & 1/4s, ppts, btes 5 lbs	.95	
			Old Gold —		
			1/12s et 1/8s, ppts, btes 5 lbs..	.95	
			En tins, 1/4s....	1.05	
			Ppts, 1/4s, btes 6 lbs..	.95	
			En jares, 1/2 lb....	1.05	
			Tabacs Ogden	La lb.	
			Beeswing —		
			Tins décorées, 1s ..	1.10	
			1/2 lb. tins, 4 lb. cartoons..	1.15	
			1/4 lb. tins, 4 lb. cartoons..	1.18	
			1-8 pcks. 1 lb. cartoons..	1.18	
			1-16 pcks. 1 lb. cartoons..	1.25	
			Ogden's Navy Mixture —		
			1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.	1.26	
			Turret Navy Cut —		
			1/4 lb. tins, 5 lb. cartoons.		
			Mild ..	1.36	
			Medium ..	1.22	
			Full ..	1.22	
			1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
			Mild ..	1.40	
			Medium ..	1.26	
			Full ..	1.26	
			1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
			Mild ..	1.50	
			Medium ..	1.32	
			Full ..	1.32	
			Tabacs américains à fumer	La lb.	
			Pride of Virginia —		
			1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons..	1.36	
			Old English Curve Cut —		
			1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons..	1.32	
			Bull Durham —		
			1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb. cartoons..	1.25	
			Duke's Mixture —		
			1-10 bags, 5 lbs. cartoons..	1.08	
			Richmond Gem Curly Cut —		
			1-8 pcks, 5 lbs. cartoons..	1.43	
			1-4 pcks, 2 lbs. cartoons..	1.60	
			Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —		
			1 lb. pcks, 5 lb. drums..	1.22	
			Tabacs américains à chiquer plugs		
			Battle Ax — 12 lbs caddies..	.86	
			Piper Heidsieck—10 lbs caddies	1.20	
			Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.	1.15	
			Horseshoe — 12 lbs. caddies..	0.99	
			Star, 12 lbs. Cads..	1.00	
			Climax, 12 lbs. Cads..	0.99	
			Spears Head, 18 lbs. Cads..	0.99	
			THE EMPIRE TOBACCO COMPANY		
			Tabacs à chiquer.		
			Bobs, 5s., Cads 21 lbs., 1-2 Cads,		
			12 lbs..	38	
			Bobs, 10s., Butts, 24 lbs, 1-2 Butts,		
			12 lbs..	38	
			Bobs Bars, 5 3-5 cuts to the lb.,		
			1-2 Butts, 10 lbs..	38	
			Currency Bars, 9s., 10 cuts to the		
			lb., Butts, 25 lbs., 1-2 Butts,		
			12 1-2 lbs..	38	
			Currency Navy, 2 x 4, 5 1-2s. to lb.,		
			1-2 Butts, 11 1-2 lbs..	38	
			Currency Navy, 10s., 1-2 Cads, 12		
			lbs..	38	
			Stag Bars, 5s., Butts, 16 lbs..	38	
			Old Fox, 12s, butts 24 lbs, 1/2 butts		
			12 lbs..	48	
			Pay Roll, 10 1/2 oz. bars, 5 cuts to		
			the bar, 7 1/2 cuts to lb, butts 20		
			lbs..	56	
			Pay Roll, 2 x 3, 7 to lb, 22 lbs.		
			cads & 12 lbs 1/2 cads..	56	
			Pay Roll, 6 1/2 oz. bars, [thin]. 7 1/2		
			spaces to the lb. boxes, 5 lbs..	56	
			Moose, 14 1/2 oz. Bars, 5 cuts to bar,		
			5 1/2 cuts to lb., 1/2 butts, 8 lbs.	40	
			Black Watch 5s., 1-2 Butts 9 lbs.		
			each ..	36	
			Tabacs à fumer.		
			Empire, 5s., 10s..	36	

Rosebud Bars, 6s., Butts, 20 lbs., Boxes, 5 lbs.	45
Amber, 8s. and 3s.	60
Ivy, 1-1-2 x 4, 7s, 17 lbs. butts. . .	50
Ivy, 1-1-2 x 4, 7s, 8 1-2 lbs. 1-2 Butts	50
Hudson, 8s cads, 20 lbs.	53
Pacific, 8s cads, 20 lbs.	53
Starlight, 1 1/2 x 4, 7s, 8 1/2 lbs., 1/2 butts	50

THE B. HOUE CO., LTD., QUEBEC

Cut Smoking Tobaccos

Trappeur —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes	\$.32
1-12 bags, 5 lbs. boxes48
1-2 and 1 lb. pcks.30
Comfort —	
1-8 bags, 5 lbs. boxes32
1-10 bags, 5 lbs. boxes40
1-12 bags 5 lbs boxes48
Casino —	
1-6 pcks. 5 lbs. boxes24
1-2 and 1 lb. pcks.20
O. K. No. 1. —	
1-7 tins to lbs. wooden boxes56
1-6 pcks. 5 lbs. boxes50
O. K. Mixture —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Horse Shoe Solace —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes43
1-2 and 1 lb. pcks.41
1 lb. pck. with pipe inside pcks. .	.43
1-2 lb. tins43
Gold Block —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-12 and 1-6 bags, 5 lbs. boxes .	.50
Brown Shag —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.38
Signum Cut Plug —	
1-12 bags, 5 lbs. boxes43
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 lbs. pcks.38
1-7 tins 10 lbs. wooden boxes . .	.56
1-2 tins48
Carillon (for Smoking and Chewing).	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
Como —	
1 lb. pck. with pipe inside pcks. .	.38
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
Lion Brand —	
1-12 (paper bags), 5 lbs. boxes .	.35
Calabresse —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Houde's No. 1 —	
1 lb. pck. with pipe inside pcks. .	.44
1-6 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.39
Micmac —	
1-10 (paper bags), 5 lbs. boxes .	.30
Houde's Fine Cut —	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes .	.52
Hudson —	
1-12 pcks. 3 lbs. boxes52
1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Golden Leaf —	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes .	.48
1 lb. tins54
1-2 lb. tins58
1-4 lb. tins65
Rainbow —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes70
1-2 lb. tins73
1-4 lb. tins78
1-5 lbs. bags, 5 lbs. boxes78
Cremo —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes52
Natural Cut Smoking Tobaccos	
Parfum d'Italie —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes48
Mon Ami (Pure Quesnel) —	
1-8 pcks. 3 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.50
Red Cross —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 pcks.40

1-7 bags, 5 lbs. boxes55
Tiger —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes52
Montcalm —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes30
1-4, 1-2 and 1 lb. pcks.30
Zcuave —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes31
1-2 and 1 lb. pcks.30
Encore —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes49
1-2 and 1 lb. pcks.38
1-6 bags43
Rouge & Quesnel —	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes38
1-5-1-2 and 1 lb. pcks.35
Mon Plaisir —	
1-9 pcks. 2 and 5 lbs. boxes . .	.70
Quesnel —	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.40
Houde's Best one Dollar Mixture—	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.80
Gold Cross —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. pck.50
Napoleon —	
1-10 pcks. 4 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.35
Blue Cross —	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
1-2 and 1 lb. pcks.30
Golden Broom —	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
1-2 lb. pcks.31
Houde's Sixty cents. —	
1-6 pcks. 5 lbs. boxes50

Cigarette Tobaccos

Rugby —	
1-8 (slide-boxes), 5 lbs. boxes .	.62
1-14 pcks. 5 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.60
Petit Bleu —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. foil pcks.40
L. L. V. —	
1-2 lb. foil pcks.36
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Petit Poucet —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes48
Le Petit Jaune —	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Tri Color —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55
Swoboda —	
1-9 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes .	.64
Carlo —	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55

Fine Cut Chewing

Chocolate Fine Cut —	
1 lb. tins60

Plug Chewing

Spun Roll —	
1-16 1 lb. boxes60

Natural Pressed Cut

Original —	
1-4 lb. pcks. 5 lbs. boxes60

Sliced Plug Cut

Transfer —	
1-7 (slide boxes), 5 lbs. boxes .	.50

Atlas —	
1-6 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes .	.44

Alice —	
1-7 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes .	.52

Bamboo (Curved Cut.) —	
1-10 tins, 3 lbs. boxes78

CIGARETTES

Pearls —	par 1000
10s with mouth pieces 500 par bte	4.00

Dufferin —	
10s 500 par boîte	4.50

Cadet —	
10s 500 par boîte	4.00

SNUFF

Landry's Light Snuff —	Kegs ou Jars
Rose No. 128
Merise28
Rose extra32

Macaba	34
Scotch, (1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)	.46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48
Grand'Mère 1-16 boxes55
Houde's Dark Snuff —	
Natural29
Rose No. 130
Rose & Bean30
Rose Extra32
Merise30
Macaba37
Scotch (in 1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)	.46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares

Le mille

Three Little Champions for 5c.	1/5....	12.50
Côté's Fine Cheroots.	1/10....	15.00
Quebec Queen.	1/20....	15.00
V. II. C.	1/20....	25.00
My Best.	1/20....	25.00
Doctor Faust.	1/20....	28.00
Doctor Faust.	1/40....	30.00
St-Louis [union].	1/20....	33.00
Martin [union].	1/20....	35.00
Havana Seconds	1/20....	35.00
Champlain	1/20....	35.00
V. C. [Union].	1/20....	36.00
Martha [union].	1/20....	55.00
El Sergeant Premium	1/40....	55.00
El Sergeant R. V. C.	1/10....	\$60.00
J.G. Cl. Havane, Puritanos 1/20....		75.00

Tabacs Canadiens en feuilles

Balles de 25 et 50 lbs.

Connecticut B. 25 et 50 1905	0.13	0.14
Grand Havane B 25 et 50 1905	0.13	0.14
Parfum d'Italie A. 1905	0.00	0.30
Belgique 25s. 1905	0.00	0.25
Petit Canadien 1904	0.00	0.25
Petite Plug 1-6 1905	0.10	0.12
Quesnel A. M. 1905	0.00	0.35
Rôle J. C., No 40, 1-4 1905	0.00	0.32
Rouge A. 1905	0.18	0.20
Rouge G. 1900	0.18	0.20
Rouge Quesnel A. 1904	0.00	0.25
Spread Leaf, Rouge 1905	0.15	0.16
S. Nouveau 1905	0.00	0.15
Petit Havane 1905	0.18	0.20
S. Vieux 1904-1905	0.16	0.17

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs. . . .	48
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs.	48
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs.65
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs.60
Quesnel, 1/2, quantité à volonté. . .	.60
Côté's choice mixture, 1/4 tin.75
Côté's choice mixture, 1/2 tin.70
Côté's choice mixture, 1 lb.65
Tabac en poudre: Rose, 32 cts.; Rose et Fève, 32 cts; Fève, 32 cts; Rose Extra, 34 cts; Râpé, \$1.25; Macaba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 32 c.	

THE EMPORIUM CIGAR CO., SAINT-

HYACINTHE

Cigares

Le mille

Club House.	1/20....	\$20.00
Le Petit Gars.	1/20....	22.00
Little Perfectos.	1/20....	26.00
El Maska.	1/20....	25.00
Red Bluff	1/20....	25.00
La Captiva	1/20....	25.00
The Good Ones.	1/20....	28.00
Our Leader.	1/20....	28.00
Peruna	1/20....	35.00
Mont-Pelée.	1/20....	35.00
Sir George.	1/20....	55.00
Representative	1/20....	45.00
Emporium.	1/20....	55.00
Emporium	1/40....	60.00

Our Clear Havana	1/20....	55.00
La Pedida	1/20....	60.00
El Corso.	1/20....	70.00
La Pededa	1/10....	90.00
Los Angeles	1/40....	100.00

IMPORTED TOBACCOS**WILLS'S SMOKING TOBACCO****Capstan Navy Cut.**

Air tight tins.

Mild	1-2	1.33
"	1-4	1.35
"	1-8	1.42
"	1-16	1.59
Medium	1-2	1.20
"	1-4	1.22
"	1-8	1.30
"	1-16	1.40
Full	1-2	1.20
"	1-4	1.22
"	1-8	1.30
"	1-16	1.39

Decorated tins.—

Mild	1-16	1.48
Medium	1-16	1.36
"	1-8	1.30

Traveller.

Decorated hinged tins	1s.	1.12
Decorated hinged tins	1-2	1.16
Decorated hinged tins	1-4	1.18
Air tight tins	1-4	1.18
Flat foil pkts.	1-8	1.17
Flat foil pkts.	1-16	1.17

Westward Ho Mixture.

Air tight tins	1-4	1.18
Air tight tins	1-8	1.26
Paper pkts., foil	1-8	1.12

Ocean Mixture.

Round tins	1s.	1.00
Air tight tins	1s.	1.05
Air tight tins	1-4	1.10
Air tight tins	1-2	1.04

Latakia.

Air tight tins	1-2	1.59
Air tight tins	1-4	1.59

Black Cut Cavendish.

Air tight tins	1-4	1.25
Air tight tins	1-8	1.25

Gold Flake.

Air tight tins	1-4	1.35
Paper pkts., foil	1-8	1.35

Liverpool Irish Twist.

Air tight tins	3 lbs.	0.98
Tagger tins (2 lbs. coils) 10 lbs.		0.98
Air tight tins (2½ lbs. coils) 5 lbs.		0.98

Superfine Shag.

Air tight tins	1-4	1.30
Air tight tins	1-8	1.35

Old Friend Shag.

Air tight tins	1-4	1.00
--------------------------	-----	------

WILLS'S CIGARETTE TOBACCOS.**Three Castles.**

Air tight tins, Mild	1-2	1.55
"	1-4	1.60
"	1-8	1.65
Medium	1-4	1.59
"	1-8	1.55

Paper Pkts., foil

Medium	1-8	1.50
"	1-16	1.40
Mild	1-16	1.60

Best Bird's Eye.

Air tight tins	1-4	1.30
Air tight tins	1-8	1.37
Paper pkts., foil	1-8	1.25

Bright Bird's Eye.

Air tight tins	1-4	1.10
--------------------------	-----	------

Bristol Bird's Eye.

Air tight tins	1-4	1.20
--------------------------	-----	------

PLAYER'S SMOKING TOBACCOS**Navy Cut.**

Air tight tins—

Mild	1-2	1.35
"	1-4	1.36
"	1-8	1.46
"	1-16	1.54
Medium	1-2	1.16
"	1-4	1.18
"	1-8	1.27
"	1-16	1.36
Full	1-2	1.16
"	1-4	1.18
"	1-8	1.27

Navy Mixture.

Decorated Lever lid tins	1-4	1.36
Paper pkts., foil	1-8	1.36
Paper pkts., foil	1-16	1.36

PLAYER'S CIGARETTE TOBACCOS**Navy Cut.**

Flat tins	1-8	1.50
---------------------	-----	------

RICHMOND CAVENDISH CO'S SMOKING TOBACCOS**Pioneer.**

Flat tins	1-2	1.16
Flat tins	1-4	1.29
Air tight tins	1-4	1.18
Paper pkts., foil	1-8	1.20
Paper pkts., foil	1-16	1.24

Richmond Smoking Mixture.

Round tins	1-4	1.10
----------------------	-----	------

Gem of the Ocean Shag.

Air tight tins	1-4	1.06
--------------------------	-----	------

Superfine Shag.

Air tight tins	1-4	1.13
--------------------------	-----	------

LAMBERT & BUTLER'S SMOKING TOBACCOS.**Log Cabin.**

Air tight tins	1-4	1.18
Air tight tins	1-8	1.27
Paper pkts., foil	1-8	1.15

Sundried Honeydew.

Air tight tins	1-4	1.40
--------------------------	-----	------

Viking.

Air tight tins		
Medium	1-4	1.20
"	1-8	1.25

Varsity Mixture.

Air tight round tins	1-4	1.35
--------------------------------	-----	------

Frontier Mixture.

Air tight round tins	1-4	1.60
--------------------------------	-----	------

Prince of Wales Mixture.

Air tight round tins	1-4	1.50
--------------------------------	-----	------

Garrick Mixture.

Air tight tins	1-2	2.25
Air tight tins	1-4	2.25
Air tight tins	1-8	2.25

LAMBERT & BUTLER'S CIGARETTE TOBACCOS.**May Blossom.**

Air tight tins	1-4	1.50
Air tight tins	1-8	1.60

McDONALD'S TOBACCOS**Cut Golden Bar.**

Air tight tins,—

Mild	1-4	1.45
"	1-8	1.50
Medium	1-4	1.45
"	1-8	1.50
Full	1-8	1.50

F. & J. SMITH'S SMOKING TOBACCOS.**Glasgow Mixture.**

Air tight round tins	1s.	1.28
Air tight round tins	1-2	1.31
Air tight round tins	1-4	1.31
Air tight round tins	1-8	1.36

Sun Cured Mixture.

Air tight round tins	1s.	1.35
Air tight round tins	1-2	1.36
Air tight round tins	1-4	1.36
Air tight round tins	1-8	1.42

AMERICAN SMOKING TOBACCOS.**Van Bibber Cut Plug.**

1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons	1.25
---	------

Just Suits Cut Plug.

1-10 pkts. 5 lbs. cartons	1.10
-------------------------------------	------

Sensation Cut Plug.

1-10 pkts. 5 lbs. cartons	1.10
-------------------------------------	------

Havelock (Australasian) Cut Plug.

(Dark or Aromatic).

1-10 pkts. 5 lbs. cartons	1.25
-------------------------------------	------

CIGARETTES

Social.	Per box of		Per M.
In slide boxes of twenty	500	3.33	6.65

Gold Crest.

In slide boxes of twenty	500	3.33	6.65
--------------------------	-----	------	------

Vanity Fair.

In slide boxes of ten	500	3.65	7.30
---------------------------------	-----	------	------

Vice Roy (Little Cigars).

In slide boxes of ten	500	4.25	8.50
---------------------------------	-----	------	------

Egyptian Deities No. 1.

In slide boxes of ten	500	13.50	27.00
---------------------------------	-----	-------	-------

Egyptian Deities No. 3.

In slide boxes of ten	500	10.00	20.00
---------------------------------	-----	-------	-------

WILLS'S CIGARETTES**Three Castles.**

	Per M.
Air tight tins of fifty	15.00
In fancy flat tins of ten	16.00
In cartons of ten	15.00

Three Castles (Gold tipped).

In flat tins of fifty	19.00
In flat tins of ten	20.00
In flat tins of twenty	19.50

Gold Flake.

In air tight tins of fifty	12.50
In packets of ten	12.50
In slide boxes of ten	12.50

Capstan (Mild).

In air tight tins of fifty	12.00
In cartons (with mouthpieces) of ten	12.50
In cartons of ten	12.00

Capstan (Medium).

In air tight tins of fifty	12.00
In cartons of ten	12.00
In cartons of ten (with mouthpieces)	12.50

Wild Woodbine.

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

LAMBERT & BUTLER'S CIGARETTES**Garrick Mixture.**

	Per M.
In air tight tins of fifty	19.00

PLAYER'S CIGARETTES**Navy Cut (Mild).**

	Per M.
In cartons of ten	13.00
In air tight tins of fifty	13.00
In flat tins of hundred	13.50
In cartons of seven	14.29
In flat tins of fifty	13.50

Navy Cut (Medium).

In air tight tins of fifty	13.00
In flats tins of ten	14.00
In convex packages of ten	14.00
In cartons of ten	13.00
In flat tins of hundred	13.50

Drumhead.

In cartons of ten	10.50
-----------------------------	-------

Pioneer.

In cartons of ten	11.50
-----------------------------	-------

AMERICAN TOBACCO CO'S**CIGARETTES****Turkish Trophies.**

Put up in plain and cork tips.

	Per M.
In boxes of ten	22.50

JOS. COTÉ

**Importateur et Marchand
de Tabac en Gros**

Maison Fondée en 1887

ARTICLES POUR FUMEURS



Cigares Importés,
Cigarettes Egyptiennes,
Pipes en Bruyère et
en Ecume de Mer,
montées sur or et sur argent.

Entrepot : = = = = 119 Rue St-André
Bureau et Magasin : = = - - 188 Rue St-Paul
Succursale : = El Sergeant Cigar Store, 179 rue St-Joseph,

== QUEBEC. ==

PHONE 1272



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumé.

"LANCET."

MONTREAL

VOL. VI



NOVEMBRE 1907

No 11

LIQUEURS ET TABACS

LIQUORS & TOBACCOS

HOGEN MOGEN

ET

ROYAL SPORT

Rois dans la
Ligne des Cigares

Vous avez cherché un article leader pour votre département de tabac. Les marques ci-dessus sont toutes deux les meilleures de leur classe. Il nous a fallu huit ans pour produire une telle perfection dans la qualité des cigares, mais nous avons été récompensés par des ventes énormes. Ces cigares sont profitables à tenir. Ecrivez nous aujourd'hui et nous vous en expédierons un mille à titre d'essai.

Sherbrooke Cigar Co. = = Sherbrooke, Que.

MAISON
FONDÉE en 1827

SCOTCH WHISKY DE ROBERTSON

LA MARQUE
La plus ANCIENNE



SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

JOHN ROBERTSON & SON, Ltd., - Distillateurs à Dundee, Ecosse

BUREAUX AU CANADA:

MONTREAL, 41 rue des Communes
(Bureau Principal)
WINNIPEG, 315 Avenue William
VANCOUVER, coin des rues Richard et Hastings

SEULES AGENCES:

MOET ET CHANDON, Champagnes
J. H. DENIS MOUNIÉ, Cognac
D. GONI FEUERHEERD & Co., Sherries
D. MATT FEUERHEERD & Co., Vins de Port

Gerant Général: HENRY O. WOOTTEN
Gérant à Montréal: GEO. W. DOW
Secrétaire: JAMES SOUTAR

LIQUEURS

LIQUEURS ET TABACS—Revue Mensuelle publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2547, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance. France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit : **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.
Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, NOVEMBRE 1907

No 11

Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal : : :

Incorporée en Juin 1884.

VICTOR LEMAY
Président.

L. A. LAPOINTE
Secrétaire.

DIRECTEURS :

H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARITEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES,
LAWRENCE A. WILSON
E. L. ETHIER, A. BLONDIN.

Prés. Hon.



JAS. MCGARREY
Vice-Prés.

VICTOR BOUGIE
Trésorier.

—
AVISEURS :

Maire H. A. ETERS,
M. MARTIN, M. P.
Ech. C. ROBILLARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE,
Ex-Maire
J. M. WILSON,
J. M. FORTIER,

Licensed Victuallers' Association of Montreal : : : :

Incorporated June, 1884.

Aviser Légal : M. J. L. PERRON,
Auditeurs : F. A. CHAGNON et DAN. DAIGNEAULT.

TELEPHONES : { Bell Main 4187,
Des Marchands 621

Bureau : 66 Rue St-Jacques.

Assemblée Générale

MONTREAL, le 2 NOVEMBRE 1907.

MONSIEUR,—L'Assemblée Générale Mensuelle des Membres de l'Association aura lieu mercredi, le 6 Novembre 1907, à trois heures p.m., très précises au Monument National, No 296, Boulevard St-Laurent, Chambie No 11.

Les membres seront invités à donner leur opinion sur l'augmentation du prix de certaines boissons par les marchands de gros et sur l'opportunité d'en augmenter le prix au verre.

Vous êtes respectueusement prié d'assister à cette assemblée.

Par ordre,

LE SECRÉTAIRE.

AUX MEMBRES

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que, jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association pour l'année 1907, à savoir :

General Meeting

MONTREAL, NOVEMBER 2nd, 1907.

SIR.—The General Monthly Meeting of the Association will be held on Wednesday the 6th of November 1907, at 3 p.m. sharp, in the Monument National, No. 296 St. Lawrence Boulevard, Room No. 11.

Members will be invited to give their opinion regarding the recent advance made by wholesalers in the price of certain liquors, and also on the opportunity of meeting said advance by increasing the price of drinks.

You are respectfully requested to attend this meeting.

By order,

THE SECRETARY.

TO MEMBERS

Sirs,—I have the honor to inform you that up to date the following Business Firms and affiliated members are in good standing with the Association for the year 1907, viz :

Brasseurs — Brewers

MM. Dawes & Co.
 " Wm. Dow & Co.
 " J. H. & R. Molson, Bros.
 " Canadian Breweries, Ltd.
 " Montreal Brewing Co.
 " C. S. Reinhardt.

Agents de Brasseries—Brewery Agents.

MM. J. W. Moffat, (Labatt's).
 " F. Paquette.
 " Geo. Sorgius.
 " J. G. Vinet.

Eaux Minérales Naturelles.

MM. Radnor Water Co.

Mfrs d'Eaux Gazeuses — Aerated Water Mfrs.

MM. C. Robillard & Cie.
 " T. E. Truesdell (Chs. Gurd & Co.)
 " J. Christin & Cie.
 " Jos. Lecompte
 " Robert Millar
 " Robert Allan
 " J. E. Rowan.

Vins et Liqueurs—Wines and Liquors

MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited.
 " F. X. St. Charles & Cie.
 " Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd.
 " F. Arpin & Cie, Marieville
 " Meagher Bros. & Co.
 " D. Masson & Cie.
 " J. M. Douglas & Co, (a'ts, John Dewar & Sons, Ltd.)
 " Boivin, Wilson & Cie.
 " Hudon, Hébert & Cie, Ltée.
 " Laporte, Martin & Cie, Ltée.
 " L. Chaput, Fils & Cie.
 " Wm. Farrell, Ltd.
 " N. Quintal & Fils.
 " Gillespies & Co., (Agt., E. W. Parker.)
 " H. O. Wootten, Mgr (J. Robertson & Son, Ltd.)
 " L. P. Pelletier, succ. Mathieu & Frère.
 " A. E. Mallette & Cie.

Distillateur — Distiller

M. H. Corby, Belleville, Ont.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction d'exiger le paiement des contributions de 1907 et des arrérages dûs à l'Association. En conséquence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés d'en faire parvenir le montant au Secrétaire aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,

Votre obéissant serviteur,

L. A. LAPOINTE,
 Secrétaire.

Extraits de Bœuf, etc.—Beef Extracts, etc.

MM. Bovril Limited—Fluid Beef.
 " Colonial Fluid Beef.

Embouteilleurs—Bottlers

MM. John Bishop.
 " Thos. Kinsella.

Comptables—Accountants

MM. Alex. Desmarteau.
 " F. X. Bilodeau.

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

MM. Médéric Martin.
 " W. R. Webster & Co. (Sherbrooke).
 " L. O. Grothé & Cie.
 " S. Davis & Sons.
 " P. Chaput, (La Champagne).
 " V. Forest.
 " J. M. Fortier
 " H. Simon & Sons.
 " Armand Larue.
 " E. N. Cusson & Cie.
 " Harris, Harkness & Co.
 " Z. Davis.
 " Poirier & Frères.

Divers — Miscellaneous

MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
 " Edouard Biron, Notaire Public.
 " Otto Zepf, Mch. de Bouchons.
 " Cousin+au, Raymond & Hall, Agts. d'Imm.
 " A. P. Pigeon, Imprimeur.
 " Alfred Richard, Maître Boucher.
 " Thos. Burdett, Ponpes à Bière, etc.
 " C. E. Thibault, Ent. Plombier.
 " E. Lafond, Fleuriste.
 " R. L. Montbriand, Architecte.
 " H. Bourgie, Entrepreneur Pompes Funèbres.
 " H. C. Grégoire, Verreries.

Marchands — Merchants

MM. Siméon Beaudin, Valleyfield.
 " H. H. Guay, Victoriaville.
 " J. O. Girard, Fraserville.
 " L. Bécigneul, Lac Mégantic.

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

FEES ARE NOW DUE

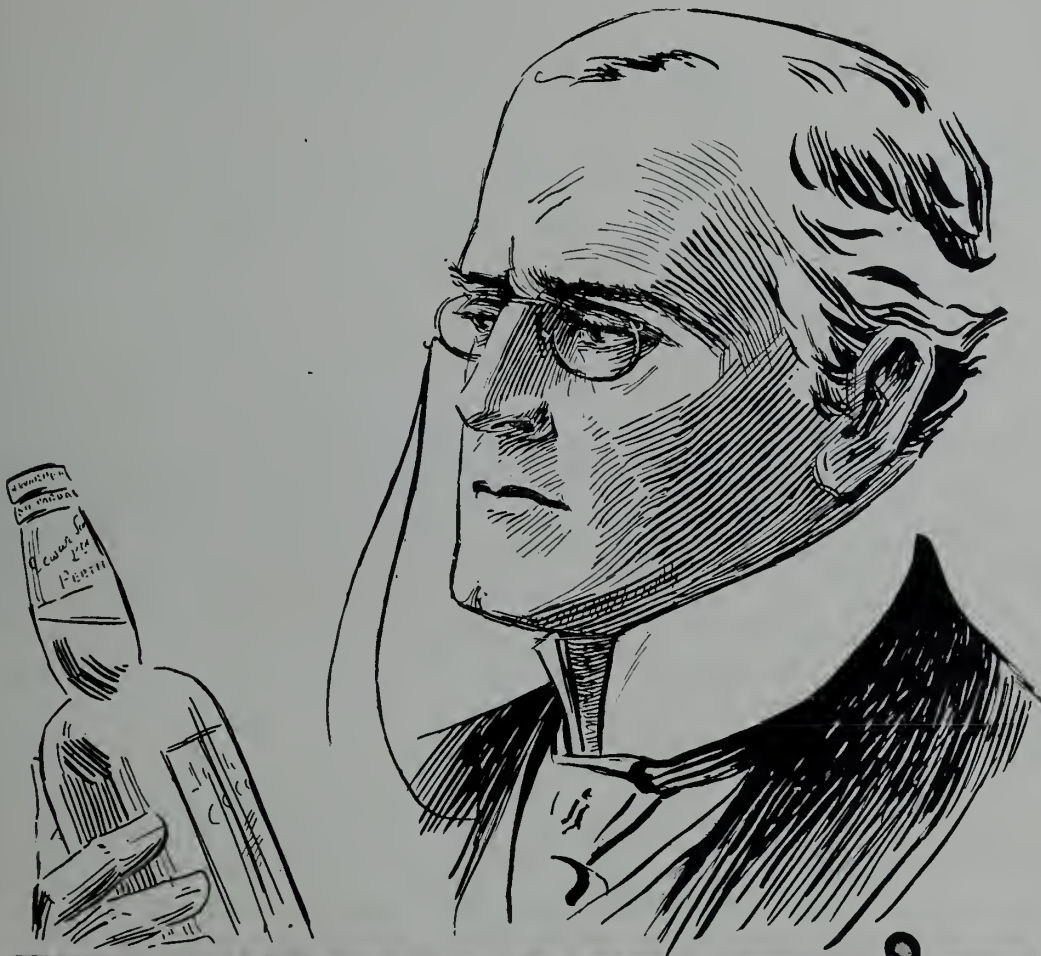
I have received instruction from the Board of directors to collect the fees of 1907 and arrears due to the Association. Consequently those who have not yet paid are requested to send in the amount to the Secretary, as soon as possible.

I have the honor to be, Sir,

Yours truly,

L. A. LAPOINTE,
 Secretary,

Incomparable!



DEWAR'S WHISKY

ASSEMBLEE GENERALE MENSUELLE DE L'ASSOCIATION DES COMMER- CANTS LICENCIÉS EN VINS ET LI- QUEURS DE LA CITE DE MONT- REAL.

A l'assemblée générale mensuelle tenue le 2 octobre, au Monument National, sous la présidence de M. Victor Lemay, étaient présents:

MM. Jas. McCarrey, V. Bougie, Jos. Bariteau, Naz. Gauthier, Nap. Tremblay, F. A. Chagnon, Amédée Blondin, J. A. Domprouse, Jos. Lamarche, Théophile Goulet, Jos. Cusson, H. Guy, F.-X. St-Jean, A. Lafrance, F. Arpin, Paul Lalonde, Arthur Hinton, P. McGoogan, Jos. Roch, C. Labelle, A. Beauchamp, A. E. Gingras, Jos. Landry, Jos. Laporte, P. Scullion, E. Beaudoin, A. Côté, Jos. Boyer, Z. St-Jean, le secrétaire et un grand nombre d'autres.

Les minutes de la dernière assemblée ainsi que le rapport du trésorier sont soumises, lues et adoptées.

Comme cette assemblée était la première assemblée depuis les vacances, on s'est occupé plutôt des affaires de routine que d'autres questions. Avant l'ajournement, le secrétaire soumet les noms des nouveaux membres.

Ont été admis depuis la dernière assemblée mensuelle du 1er mai 1907, comme suit:

MM. St-Denis & Frère, hôteliers, 85 Manufactures; S. Abrahamson, hôtelier, 1141 Notre-Dame Ouest; J. O. Bastien, hôtelier, 212 Delisle; Léopold Petit, hôtelier, Sorel, P. Q.; Alphonse Archambault, hôtelier, 209 McGill; Jos. Dupré, hôtelier, St-Ours, P. Q.; J. Chas. Molinari, hôtelier, 88 Ste-Catherine Ouest; Mme Margaret Kinnistan (Mme Geo. Marks), hôtelière, 112 Shearer; MM. Olivier Deschamps, hôtelier, St-Laurent, P. Q.; Ed. Mallette, hôtelier, Pointe Claire, P. Q.

Et l'assemblée s'ajourne.

* * *

Demandes d'admission

Les personnes dont les noms suivent ont demandé à être admises comme membres de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal.

Ces demandes seront prises en considération à la prochaine assemblée du bureau de direction:

MM. Lalonde & Leblanc, hôteliers, 113 Windsor; St-Amand & Séguin, hôteliers, 1 Carré Chaboillez; Edwin C. Fuerst, hôtelier, 108 Notre-Dame Ouest; Eméry Daignault, hôtelier, 2277 Notre-Dame Ouest; E. L. H. Binette, hôtelier, 215 Commissaires; John O'Connor, hôtelier, 2630 Notre-Dame Ouest; M. Carsley, hôtelier, 109c Common; Mme Marguerite Hogan (Mme John Love), hôtelière, 1153 St-Jacques; MM. Adolphe E. Gingras, hôtelier, 17 Craig Est; J. P. Gingras, hôte-

lier, 56 Bonsecours; Elz. Lespérance, hôtelier, 1310 St-Laurent; Adélaïde Tremblay, hôtelier, 1917 Ontario Est; Lucien Boucher, hôtelier, 1730 Notre-Dame Ouest; Moïse Chevalier, hôtelier, 1280 St-Denis; J. B. Chartrand, hôtelier, 100 Ste-Catherine Est; Eugène Edmond, hôtelier, 64 Place Jacques-Cartier; S. Isemman, hôtelier, 185 Grand Trunk; G. W. Kindall & Saint Père, hôteliers, 21 Ste-Catherine Ouest; Joseph Longpré, hôtelier, 951 Ontario Est; Oscar Lefebvre, hôtelier, 1437 Notre-Dame Ouest; Raphael Lemieux, hôtelier, 1163 Boulevard St-Laurent; M. McBrearty, hôtelier, 1014 Notre-Dame Ouest; Poirier & Frères, fabricants de cigares, 1152-1154 Boulevard St-Laurent; Jos. A. Robidoux, hôtelier, 922 Charlevoix.

L'AVANCE DE PRIX DES WHISKIES

A leur prochaine assemblée générale mensuelle, les membres de l'Association des Commerçants Licenciés en Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal seront invités à examiner la situation qui leur est faite par la dernière augmentation du prix des alcools, whiskies et rye whiskies, soit en fûts soit en caisses.

Nous indiquons, dans une autre partie de ce journal, les nouveaux prix des alcools, whiskies et rye en fûts, en même temps que nous indiquons l'avance de 25c sur les whiskies et rye canadiens en caisses.

Cette avance de prix vient s'ajouter à celles qui ont eu lieu depuis un certain nombre d'années, sans que les hôteliers aient jamais demandé aux consommateurs de payer l'avance.

Dans tout commerce, le marchand de détail établit son prix de vente sur le prix de coût de la marchandise et fait supporter au consommateur toute hausse qui vient de se produire.

Il ne se contente pas d'ailleurs de demander simplement le remboursement du prix plus élevé qu'il paie, mais il augmente ce prix d'une part proportionnelle à ses frais généraux et d'un tant pour cent pour ses bénéfices.

C'est d'ailleurs ce que le commerce de gros a fait dans le cas présent. A l'augmentation du prix réclamé par les distillateurs il a ajouté un tant pour cent pour se couvrir des risques et des frais généraux inhérents à l'augmentation imposée par les distillateurs et a calculé son pourcentage de profits sur les nouveaux prix.

Il serait donc raisonnable, et commercial en même temps, que l'hôtelier augmente ses prix au consommateur et ne soit pas le seul à supporter les avances et hausses de prix provoquées tantôt par des droits de douane plus élevés, tantôt par la cherté des grains ou par toute autre cause.

Il n'y a pas seulement que les prix des whiskies et autres boissons qui aient augmenté pour l'hôtelier; son loyer, sa licence, ses frais généraux de toute nature, sa nourriture, etc., tout est plus cher aujourd'hui qu'il n'y a cinq ans, dix ans, et le consommateur paie toujours sa consommation au même prix que par le passé, exactement comme si, depuis vingt ans, rien n'était changé dans le commerce de détail des liqueurs.

Il y a là une anomalie qui n'a pas sa raison d'être: l'hôtelier restant le seul à prendre à sa charge toutes les avances de prix et les augmentations de frais de toute nature qui accablent son commerce.

Mais les hôteliers sont, au contraire, les derniers qui devraient hésiter à se rembourser entièrement des avances de prix et de tout ce qui tend à augmenter le coût de la marchandise.

Les hôteliers sont privilégiés en ce sens que leur nombre est limité par la loi, ils n'ont donc pas à craindre, s'ils s'entendent sur les prix auxquels ils doivent vendre au verre, que de nouveaux arrivants viennent leur faire la concurrence au rabais. D'autre part, organisés comme ils le sont avec une Association puissante qui comprend pratiquement tous les hôteliers, une entente est facile, désirable même, sur cette question.

Nous savons à l'avance qu'il est pour ainsi dire impossible qu'une mesure si légitime, si utile, si nécessaire même soit-elle, puisse jamais, dans une Association quelque peu nombreuse, être adoptée à l'unanimité; mais les membres d'une Association font toujours preuve d'une grande sagesse en se rangeant à l'avis de la majorité, même quand ils ne partagent pas ses vues.

La discussion qui va s'élever au sein de la prochaine assemblée des membres de l'Association ne manquera certainement pas d'intérêt pour tous les hôteliers, aussi les engageons-nous fortement à se rendre à cette assemblée. Quand ils sacrifieraient à l'étude de la question une heure ou deux de leur temps, leurs affaires n'en souffriraient pas.

Il serait mieux à tous les égards que toute résolution qui devra être prise à la suite de la discussion le soit non pas simplement à la majorité d'un certain nombre de membres, mais à la majorité de tous les membres composant l'Association.

PENSEZ-Y!

Bientôt la question du renouvellement des licences pour la vente des vins et liqueurs sera de nouveau une question d'actualité.

JOHN HOPE & CO., MONTREAL.

Seuls Agents au Canada de :

MM. John de Kuyper & Son.....	ROTTERDAM.....	<i>Gin de Hollande</i>
“ Martell & Co.....	COGNAC.....	<i>Cognacs.</i>
“ Jules Robin & Co.....	“	<i>Cognacs.</i>
“ Cockburn, Smithes & Co.....	OPORTO.....	<i>Vins de Port.</i>
M. M. Misa.....	XERES DE LA FRONTERA...	<i>Sherries.</i>
“ S Darthez.....	REUS (TARRAGONE).....	<i>Ports Tarragone.</i>
MM. Barton & Guestier.....	BORDEAUX.....	<i>Clarets, Sauternes et Huile d'Olive.</i>
“ Rodel & Fils Freres	“	<i>Sardines, Pois et Conserves.</i>
“ Deinhard & Co.....	COBLENZ.....	<i>Hocks et Moselles.</i>
“ C. Marey & Liger-Belair.....	NUITS.....	<i>Bourgognes.</i>
“ E. & J. Burke, Limited.....	DUBLIN & LIVERPOOL.....	<i>Guinness's Stout, Bass's Ale, Whiskies Irlandais et Rhum de la Jamaïque.</i>
“ C. G. Hibbert & Co.....	LONDRES.....	<i>Bass's Ale.</i>
“ Bulloch, Lade & Co., Limited.	GLASGOW.....	<i>Whiskies Ecossais.</i>
“ Cantrell & Cochrane, Limited.....	BELFAST ET DUBLIN.....	<i>Ginger Ale, Club Soda, etc.</i>
“ Field, Son & Co.....	LONDRES.....	<i>Sloe Gin, Orange Bitters, Rhum de la Jamaïque.</i>
Booth & Co's. (LONDRES).....		<i>Old Tom et Dry Gin.</i>

Comme nos lecteurs le savent, les hôteliers ne manquent pas d'ennemis toujours prêts à leur susciter des ennuis et des difficultés; beaucoup même rencontrent des oppositions non justifiées, alors qu'ils sont sûrs d'eux-mêmes et n'ont rien à se reprocher au point de vue de la loi. D'année en année, les commissaires des licences se montrent plus sévères envers ceux qui, n'observant pas la loi, ont été l'objet de poursuites.

La licence pour l'hôtelier représente un actif. Quelle que soit l'importance donnée à son commerce, quelle que soit la valeur de sa clientèle et de l'emplacement qu'il occupe, tout cela ne vaut plus un sou pour lui du jour où il se voit refuser le renouvellement de sa licence. Le moyen le plus simple et le meilleur d'obtenir le renouvellement de sa licence est, pour l'hôtelier, de se conformer entièrement aux exigences de la loi.

Nous engageons donc les hôteliers qui nous lisent à se rappeler l'époque de la demande du renouvellement des licences approche et qu'il serait bon qu'il soient en règle sous tous les rapports au moment où leur demande viendra devant les commissaires des licences.

ASSOCIATION DES COMMERÇANTS LICENCIÉS DE L'ONTARIO

Une Convention des Commerçants en Liqueurs de l'Ontario a eu lieu dans le courant du mois d'octobre, à Toronto, au Temple Building. Bien qu'il ait été difficile de savoir exactement quelles ont été les résolutions passées par la Convention, les journalistes ayant été priés de se retirer, il n'en est pas moins certain que tous les commerçants en liqueurs sont unanimes à combattre l'option locale.

Il n'y a eu qu'une journée de session, et encore le plus grand nombre des membres qui y ont pris part ont-ils quitté Toronto avant la fin des travaux.

On comprend qu'une mésintelligence a été créée au sujet de l'élévation de la contribution des membres; un grand nombre d'entre eux prétendent que les nouveaux droits sont absolument trop élevés. Ces droits ont été fixés comme suit: licenciés des townships, \$5.00; licenciés des villes, \$10.00; licenciés des cités, \$25.00. A ce sujet, un des membres présents a déclaré: "Vous êtes assez disposés à aller sur un champ de courses et à y perdre \$200 ou \$300, et cependant vous ne voulez pas apporter votre contribution d'une fraction de ce montant pour la protection de votre propre commerce." Il déclara que, s'il avait à choisir entre le champ de courses et la protection

de son propre commerce, il choisirait la dernière; il admettait qu'il était cependant très amateur des courses de chevaux.

Toutefois, on prétend que l'assemblée aurait été plus compacte, malgré la question de la contribution, si un certain nombre de membres présents venus du dehors, n'avaient pas été imbus de l'idée que les résolutions et la liste des officiers avaient été préparées avant le commencement de la session et que les gens de Toronto voulaient tout gouverner. Ils prétendaient qu'on s'était arrangé pour que ceux du dehors n'aient aucune voix dans l'organisation future de l'Association.

On comprend également que la nomination de l'avocat de l'Association a provoqué des mécontentements. Certains des membres présents, dit-on, ont prétendu que les rapports bien connus de M. Haverson, au sujet de la défense en Cour des délinquants, avaient donné cours à l'opinion que l'Association venait en aide et défendait pratiquement ceux qui avaient vendu des liqueurs après l'heure réglementaire et commettaient d'autres délits contre l'Acte des Licences."

Les officiers élus sont: Président, T. P. Phelan, Toronto; Vice-Présidents, J. K. Paisley, Ottawa et George Graham, Toronto; Secrétaire honoraire, W. T. Thompson, Toronto; Trésorier, George J. Foy, Toronto; Avocat, James Haverson, C.R.; Comité Exécutif: R. H. Reid, Ingersoll; A.H. Brener, London; P. L. Mulqueen, Toronto; A. H. Coffin, Georgetown; R. H. Simpson, Hamilton; et William Marshall, Kingston.

Les représentants des autres branches de commerce étaient: Distillateurs, C. T. Mead et Geo. Hargraff de Toronto; marchands de liqueurs en gros, L. A. Howard, Toronto et James Wrigney de Kingston; brasseurs, E. D. Brown et W. T. Kernaghan de Toronto; marchands, John Sutton de Simcoe et T. K. Haffey de Toronto.

LA HAUSSE DES ALCOOLS

Par suite de la hausse considérable et persistante des prix des grains, les distillateurs Canadiens ont avancé les prix des alcools.

On cote actuellement, dans le commerce de gros:

Alcool 65 degrés o. p.	
En quarts	\$4.80
En 1-2 quarts	4.85
Au gallon	4.90
High Wine 50 degrés o. p.	
En quarts	\$4.35
En 1-2 quarts	4.40
Au gallon	4.45

Rye 25 degrés u. p.

En quarts	\$2.30
En 1-2 quarts	2.35
Au gallon	2.40

Ces prix sont pour les alcools de grains.

Pour les alcools de mélasses on cote:

65 degrés o. p.	
En quarts	\$4.70
En 1-2 quarts	4.75
Au gallon	4.80

50 degrés o. p.

En quarts	\$4.25
En 1-2 quarts	4.30
Au gallon	4.45

Les whiskies et les rye whiskies Canadiens en caisse ont subi de leur côté une augmentation de prix de 25 cents par caisse.

AVANCE SUR LES BIERES A TORONTO

Un confrère de la Province d'Ontario nous dit que les brasseurs de la dite province ont célébré leur entrée dans l'Association Provinciale des Détenteurs de Licence pour Liqueurs, d'une manière qui a donné peu de satisfaction au commerce de détail. Au lendemain même de leur entrée dans l'organisation pour la défense des intérêts combinés des licenciés, les brasseurs de Toronto et les brasseurs représentés à Toronto ont publié une circulaire donnant avis d'une forte augmentation des prix de l'ale, du lager et du porter. L'avis a causé une grande surprise à la majorité des hôteliers, car on a fait la remarque que, s'il est vrai que les brasseurs ont souscrit une grosse somme pour aider à combattre l'option locale, ils n'ont certainement pas perdu de temps à assurer la rentrée de cette somme avant même qu'elle soit dépensée.

Les brasseurs, dans leur avis, déclarent qu'ils se voient dans l'obligation de hausser leurs prix par suite des prix élevés du malt et autres matières employées en brasserie. Les prix ont été avancés de 10c par doz. pour l'ale, le lager et le porter embouteillés.

Pour le lager en fûts l'augmentation est de \$1.00 par baril de 32 gallons de vin; de 50c par demi-baril et de 25c pour les quarts et sixièmes de baril. L'ale et le porter en fûts restent à l'ancien prix de 33c le gallon.

L'EXPOSITION ANNUELLE DE MONTREAL

Il faut la faire renaître

Toronto et Ottawa ont, chaque année, une exposition qui attire dans l'une et l'autre de ces deux villes un grand nombre de visiteurs. Tous ces visiteurs achètent, dépensent et le commerce de détail s'en trouve bien.

A Montréal, nous avons eu, autrefois,

Téléphone Main 844

OTTO ZEPF, Gérant-Directeur

FREYSENG CORK CO., LIMITED

Manufacturiers et Importateurs de

BOUCHONS

COUPÉS À LA MACHINE

COUPÉS À LA MAIN

Aussi de Fournitures pour Embouteilleurs,
 Machines à Boucher, à Capsuler, Machines Crown,
 Capsules à Bouteilles, Paniers à Bouteilles, Cire à
 Cacheter, Etain en feuilles, Unies et de Couleur.
 Ceintures de Sauvetage, Paillons.

655-661 RUE ST-PAUL,

MONTREAL

BISQUIT
"Old Liqueur"

(20 ANS D'AGE)

— ET —

"Une Etoile"**BRANDY DE PUR RAISIN**

Méfiez-vous des Substitutions.

Exportés par

Bisquit, Dubouché & Co.,

JARNAC — COGNAC

ETABLIS EN 1819.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

WALTER R. WONHAM & SONS,

MONTREAL:



notre exposition annuelle et le commerce de détail de notre cité regrette que ces temps ne soient plus, car il y trouvait son compte.

Pourquoi n'avons-nous plus d'exposition ici, tandis que d'autres villes ont conservé la leur? A cette question, il est facile de répondre que l'ancienne Compagnie d'Exposition de Montréal ayant été liquidée, son expérience n'est pas encourageante pour ceux qui seraient en mesure de former une compagnie nouvelle pour le même objet.

Il est évident qu'une compagnie nouvelle qui suivrait les errements de la compagnie défunte aurait le même insuccès. La Cité de Montréal, la métropole Canadienne, peut faire aussi bien, tout au moins, que Toronto et Ottawa. La population est plus grande ici que là, le nombre de visiteurs ne saurait manquer pour faire de l'exposition un succès véritable, si l'exposition était attrayante. Nous avons ici tous les éléments voulus pour donner de l'attrait à une exposition. Notre cité industrielle a une variété de produits intéressants, manufacturés sur place, à mettre sous les regards des visiteurs; nos commerçants en gros ont eux-mêmes une infinie variété de produits étrangers à faire connaître au public; les produits agricoles et horticoles, les produits de l'industrie laitière de notre district ne font pas non plus défaut; notre province si riche en produits miniers, forestiers et des pêcheries tirerait également avantage d'une exposition à Montréal.

Nous ne parlons pas de l'intérêt qu'offriraient aux éleveurs de chevaux, d'animaux des races bovines, ovines et porcines, des courses et des concours auxquels cette exposition donnerait lieu et qui attireraient des milliers de personnes de la campagne.

A cette partie utile, pratique de l'exposition, il est facile d'y joindre la partie agréable, les courses, les sports, les spectacles qui, eux aussi, apportent à une exposition, leur contingent de visiteurs.

De quelque côté qu'on envisage les choses, il est évident que Montréal peut, avec tous les éléments dont il dispose, avoir son exposition annuelle avec un succès tout au moins égal à celui qu'ont les expositions des autres cités.

Un certain nombre d'hommes d'affaires l'ont sans doute compris comme nous, puisqu'ils ont formé, il y a deux ans environ, un comité de l'exposition. Qu'est devenu ce comité? Nous ignorons s'il existe encore, mais on n'entend guère parler de lui. Peut-être serait-il temps que la Chambre de Commerce et le Board of Trade prennent directement la chose en mains.

On ne peut guère, à la veille d'élections, demander au Conseil Municipal de s'occuper de cette question; mais il se-

rait facile d'obtenir des futurs candidats à l'échevinat qu'ils se prononcent sur cette question si importante pour le commerce et l'industrie de notre cité.

L'OUEST CANADIEN

Une entrevue avec M. L. E. Geoffrion

M. L. E. Geoffrion, de la maison L. Chaput, Fils et Cie, et l'un des trois commissaires du port de Montréal, a fait dernièrement un voyage dans l'Ouest, et il a bien voulu nous donner quelques détails sur la situation des affaires dans cette partie du Canada.

D'après lui, les rapports pessimistes que l'on a faits sur le rendement de la récolte de blé sont exagérés. Il est difficile de dire dans quelles régions la récolte est bonne ou mauvaise; la récolte



M. L. E. Geoffrion

est plutôt très irrégulière, et l'on trouve dans le même district des fermiers qui se félicitent de l'abondance du blé sur leurs terres, alors que d'autres se plaignent de n'avoir rien à récolter du tout. Il est probable que la récolte générale sera équivalente aux trois quarts d'une récolte moyenne, mais comme les prix sont beaucoup plus élevés, la somme totale d'argent perçue sera sans doute la même.

L'avoine donnera probablement un résultat beaucoup plus mauvais que le blé. Il y a beaucoup de paille, mais il n'y a que peu ou pas de grain.

L'action des banques a certainement produit un resserrement dans les affaires. Beaucoup de marchands se plaignent de ne pas pouvoir obtenir l'argent nécessaire à leur commerce régulier; il est probable que cette situation ne durera pas longtemps, et cette action aura probablement le résultat avantageux d'éloigner la spéculation.

Quoiqu'il en soit, M. Geoffrion revient

de l'Ouest enthousiasmé de ce qu'il a vu. Il considère qu'aucun pays n'offre de semblables opportunités à un jeune homme sobre et industriel, n'eût-il aucun capital; et il déplore qu'un si grand nombre de Canadiens s'en aillent aux Etats-Unis au lieu d'aller coloniser leur propre pays.

M. Geoffrion a eu l'occasion de causer avec des Américains de l'avenir de l'Ouest, et ces messieurs lui avouaient qu'ils prévoyaient qu'avant longtemps, ils seraient obligés de venir acheter les blés canadiens.

L'immigration des Américains dans l'Ouest Canadien est tellement considérable que le gouvernement de certains Etats commencent à s'en inquiéter. En quelques années plus de 26,900 fermiers américains ont traversé la frontière pour venir se fixer au-delà de la ligne 45e. Ce qu'il y a d'intéressant, c'est que ces immigrants sont presque tous des gens aisés qui vendent à un prix très élevé les terres qu'ils ont aux Etats, terres qui sont épuisées, pour racheter en Canada à un prix bien moindre des terres neuves, susceptibles de leur donner des récoltes plus abondantes. Cette immigration est certainement un bienfait pour le Canada, car ces gens expérimentés apportent non seulement des bras, mais des capitaux, les deux choses nécessaires au développement des richesses de l'Ouest.

Il ne faudrait pas croire que la partie cultivable de ce territoire est simplement la partie Sud. Alors que M. Geoffrion était à Edmonton, les blés cultivés dans la vallée de la rivière La Paix étaient arrivés à une maturité complète, alors que plus au Sud ils ne l'étaient pas encore. Ceci prouve que la partie colonisable du Nord-Ouest est infiniment plus vaste qu'on ne le supposait il y a dix ans, et que les territoires traversés par le Grand-Trunk-Pacific seront aussi avantageux que les territoires traversés par le Pacifique Canadien.

Le développement de ces régions se fait avec une extrême rapidité. A Edmonton il y avait cet été au-delà de quinze cents personnes vivant sous la tente parce que le temps avait manqué pour leur construire des maisons; à Strathcona il y en avait mille dans la même position.

Nous remercions M. L. E. Geoffrion de ces détails qui certainement intéresseront nos lecteurs.

TRAITE DE COMMERCE FRANCO-CANADIEN

Nos lecteurs ont appris par les dépêches qu'ont publiées les journaux quotidiens qu'un traité de commerce a été signé à Paris entre les représentants du gouvernement canadien et ceux de la France. Ce traité avant d'entrer en vi-



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.
“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR
HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.
WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS :
LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS : WALTER R. WONHAM & SONS
6 RUE ST-SACRAMENT, MONTREAL

gueur devra être ratifié par les Parlements des deux pays contractants.

Les renseignements que nous possédons sur ledit traité sont bien maigres et n'ont rien d'officiel. Dans ces conditions, il est bien difficile d'en rien dire pour le moment.

Tout ce que nous pouvons faire, c'est de féliciter le gouvernement de sa politique d'expansion commerciale. Nous pouvons faire avec la France beaucoup plus d'affaires que nous n'en avons fait jusqu'à présent.

La France importe un grand nombre de marchandises que nous pouvons lui fournir en quantité: produits de l'agriculture, des pêcheries, des forêts et des mines entre autres et, si la France nous accorde sur ces produits son tarif minimum, nous devons trouver pour ces produits un grand débouché en France.

D'autre part, nous importons au Canada maints produits que la France peut nous fournir dans d'excellentes conditions sans porter atteinte à notre industrie, à notre production. Parmi ces produits nous citerons: les soieries, les vins, les fruits du Midi, les conserves, les pâtes alimentaires, les objets d'art, etc. Il est facile d'accorder à la France un tarif réduit à l'entrée de tous ces articles et de les mettre ainsi à la portée d'un plus grand nombre de consommateurs.

On voit que la matière nécessaire à une entente pour développer les relations commerciales des deux pays ne fait pas défaut.

Nous devons attendre pour savoir ce que nous avons à espérer, au point de vue de nos exportations, du traité qui vient d'être conclu, mais d'avance nous sommes certain qu'il aura pour effet d'attirer l'attention de nos commerçants sur les débouchés que la France peut offrir à nos produits. Jusqu'à présent ils n'ont guère tourné leurs regards de ce côté et, cependant, pour bien des produits, ils auraient pu le faire avec profit, même sous le régime de l'ancien traité.

Il est à souhaiter que, comme couronnement du traité franco-canadien, la Compagnie Générale Transatlantique mette à exécution le projet qu'on lui prête d'établir une ligne directe de paquebots entre la France et le Canada.

Nous savons de bonne source que la ligne faisant actuellement le service entre Montréal et Le Havre n'a guère donné satisfaction au Commerce. Comme cette ligne touche en Angleterre, le fret à destination de ce dernier pays semble intéresser davantage la ligne subventionnée.

Une ligne française naviguant en droiture entre un port français et un port canadien peut et doit trouver, même actuellement, suffisamment de fret pour couvrir ses dépenses. Et, avec le développement que doivent nécessairement

prendre dans l'avenir les relations commerciales des deux pays, il n'y a aucun doute que la compagnie qui entreprendra ce service, y trouvera profit avant longtemps.

LES VINS DE CHAMPAGNE

La délimitation de la Champagne

Les vigneron champenois s'agitent, à l'exemple de ceux du mid de la France, et réclament impérieusement au gouvernement la délimitation immédiate de la Champagne, dont les Chambres ont voté le principe et qui doit être réalisée par un décret d'administration publique.

M. Vallée, sénateur de la Marne, a exposé en ces termes leurs prétentions:

"La Champagne viticole ne peut comprendre que la région dans laquelle les plants et la culture sont identiques, plants et cultures permettant de récolter un vin d'une finesse, d'une fraîcheur et d'un bouquet spéciaux.

"Or, c'est dans le département de la Marne et le canton limitrophe de Condé-en-Brie que sont employés les plants connus sous le nom de pineau—c'est le terme du cru—et qu'est pratiquée la méthode très dispendieuse dite culture champenoise. Le pineau, en effet, donne une très grande qualité, mais une très faible quantité, et d'autre part, la culture de la vigne atteint par ici de 2,500 à 3,500 francs l'hectare. Enfin, le terrain marneux, qui seul peut donner naissance au vin champenois, demande à être amendé continuellement par des quantités énormes de fumier.

"Sans doute, partout ailleurs on peut faire du vin blanc sur la qualité duquel nous n'entendons pas discuter; on pourra même faire du vin mousseux, mais ce ne sera jamais le vin qui a valu à la Champagne sa réputation mondiale.

"Il s'ensuit, continue M. Vallée, que la délimitation est une chose extrêmement facile; et on aura beau accumuler documents sur documents, renseignements historiques sur renseignements administratifs, commissions sur commissions, on ne changera rien à la nature du vin dit de Champagne, ni aux procédés de culture à l'aide desquels on l'obtient.

"Si vous ajoutez à cela que c'est dans le seul département de la Marne qu'en tous temps ont été manutentionnés les vins de Champagne, vous comprendrez qu'il est impossible d'aboutir, en toute équité, à une autre conclusion que celle de la commission de délimitation.

"La production de la Champagne ainsi délimitée répond d'ailleurs largement à la consommation. Mais si l'on vend sous le nom de champagne des vins étrangers aux crus qui produisent le vrai vin de Champagne, on porte à ceux-ci un préjudice considérable. Et les vigneron ne sauraient être blâmés de chercher à faire

entendre leurs protestations et à faire aboutir leurs revendications. Cette situation augmente de jour en jour leur misère, cependant que certains négociants s'enrichissent à la faveur d'une fausse appellation de provenance, que les pouvoirs publics ne sauraient plus longtemps tolérer".

Et la Champagne est prête à se lever en masse pour obtenir satisfaction.

Eh bien! ajoute le "Travail National" auquel nous empruntons ces lignes, les amateurs de champagne authentique ne sauraient s'en plaindre.

UNE OEUVRE D'ART

Nous avons le plaisir d'accuser réception d'un magnifique chromo venant de la maison Boivin, Wilson et Cie. Ce chromo, véritable oeuvre d'art, représente une jeune fille, toute rayonnante de santé tenant d'une main une grappe de raisin et de l'autre une bouteille de "Vin St-Michel", avec l'inscription: "Le Secret de ma Santé". Si les dames et les demoiselles qui font usage de ce tonique ont un aussi beau teint que celle représentée par ce chromo, il n'est pas étonnant que le "Vin St-Michel" soit si populaire parmi le beau sexe.

LA GUERRE A L'ALCOOLISME

Il ne manque pas de gens pour avancer que la diminution des débits de boisson est une mesure qui s'impose pour faire échec aux progrès de l'alcoolisme.

En certains pays on a diminué dans ce but le nombre des débits et les résultats ont été nuls.

En France, du temps de l'empire, le gouvernement a fait fermer quantité de débits et la consommation de l'alcool, loin de diminuer, a augmenté dans des proportions vraiment alarmantes, — plus de 45 p.c. d'après les chiffres donnés plus bas.

Il est de nouveau question en France de réduire le nombre des débits, mais ceux-là mêmes qui font la guerre la plus acharnée à l'alcool considèrent cette mesure pour le moins inutile.

Voici, à ce sujet, ce que dit M. R. Berthault, dans la "Revue Vinicole":

Guerre à l'alcool; paix aux débitants! C'est le docteur Jacques Bertillon qui, dans le "Matin," propose cette formule, et il l'explique par les motifs suivants:

"Si j'étais député, dit-il, je voterais aveuglément toutes les mesures qu'on proposerait contre l'alcoolisme, sans vouloir distinguer celles qui peuvent être efficaces de celles qui ne sont que d'innoffensives bulles de savon.

"Mais comme je ne suis que spectateur, j'ai le droit d'examiner les propositions qu'on nous apporte. Le groupe anti-alcoolique en prépare deux: l'une excellente, c'est la prohibition de l'absinthe; l'autre, illusoire, à mon avis, c'est la réduction du nombre des cabarets.

LES "BARTENDERS"

QUI SAVENT FAIRE

UN BON "JOHN COLLINS"

LE PREPARENT
AVEC DU



C'est une vieille Boisson, d'une pureté extrême dont le goût agréable donne un bouquet exquis aux "JOHN COLLINS."

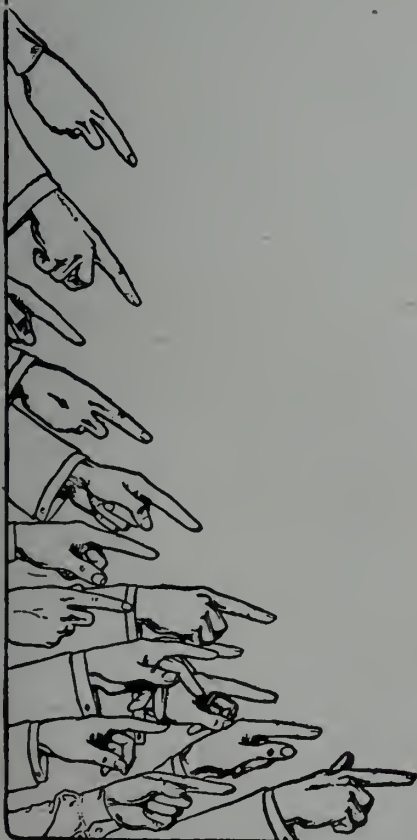
Les connaisseurs les plus difficiles préfèrent de beaucoup le "CLUB OLD TOM GIN" aux meilleures marques importées.

Si vous ne l'avez jamais essayé,
Ecrivez-nous une carte postale,
et nous vous enverrons un
Echantillon Gratis
AVEC NOS PRIX.



Boivin, Wilson & Cie,

520 RUE SAINT-PAUL,
MONTREAL, Canada.



"Il y a mieux à faire! Il faut profiter de la triste expérience de ceux qui, tels que les Pays-Bas, ont réduit le nombre de leurs cabarets, sans aucun profit sérieux. C'est ce que je veux expliquer.

"La longueur totale des rues de Paris est de mille kilomètres environ; elles sont ornées de 32,000 marchands d'alcool (plus exactement 32,000 licenciés). Divisez ces chiffres l'un par l'autre; vous trouverez que tous les trente et un mètres (34 verges environ), en moyenne, existe une boutique où on a le droit de vous vendre un petit verre!

Supposons que la loi, à force de peine, de temps et d'argent, réduise ce chiffre de moitié, ou même, par impossible, des trois quarts; ce sera beaucoup, et pourtant le résultat sera nul: au lieu d'avoir 31 mètres à parcourir pour absorber son petit verre, le client devra en parcourir 62 ou 124. C'est-à-dire qu'il lui faudra marcher une ou deux minutes de plus. Cet obstacle insignifiant ne diminuera en rien la tentation maudite.

"Je prétends même qu'elle sera plus forte, et cette thèse, malgré l'apparence, n'a rien de paradoxal.

"C'est qu'en effet la diminution du nombre des petits cabarets, permettra à Paris la création de ces immenses "Vaults" ou "Gin-palaces" qui éblouissent les yeux du passant dans certaines villes anglaises ou américaines. Ce sont de magnifiques bâtiments élevés en faveur de l'alcool, ruisselants de lumières étincelants de dorures et de glaces, tout à fait propres à amorcer les badauds de caractère faible, et à les transformer rapidement en incorrigibles ivrognes. Ces somptueux palais de l'eau-de-vie n'existent pas en France, sans doute parce que les capitaux énormes qu'ils exigent seraient aventurés; ils auraient à vaincre la concurrence redoutable des petits cabarets où le patron connaît ses clients et passe pour leur ami, et, dans cette lutte du lion et des moucheron, le lion ne serait pas assuré de vaincre. Si vous supprimez les petits cabarets, il s'en établira forcément de plus grands; ils se feront concurrence à force de lampes électriques, et voilà les "Gin-palaces" allumés.

Ne serait-ce pas là précisément le but discret que l'on poursuit?

En Angleterre, le développement des Sociétés de tempérance a eu pour effet de mettre aux mains d'une cinquantaine de lords et de membres de la Chambre des Communes la vente de l'alcool à Londres et dans les principales villes anglaises.

Interrogez un Anglais, il vous dira quels abus scandaleux couvrent ce mot "Tempérance", synonyme, en Angleterre, d'hypocrisie et de basse cupidité.

En France, il en sera de même. On veut raréfier les débits de boissons pour

pouvoir les truster et les organiser en sociétés financières.

Comment le "Matin" "qui sait tout et qui dit tout", ignore-t-il cela?

Son collaborateur, le docteur Bertillon est, cependant, mieux informé quand il met en doute l'efficacité de la réduction du nombre des débits pour diminuer l'abus des spiritueux:

"L'expérience, écrit-il, a été faite par le gouvernement impérial.

"Dans une intention purement politique et afin de tenir le "grand électeur" sous sa dépendance absolue, il a fait fermer 60,000 cabarets, en vertu de la loi de 1851, leur nombre qui était de 350,000 (Paris non compris), est tombé à 291,000, et s'est maintenu à ce chiffre jusque vers 1860. Loin de diminuer, la consommation d'eau-de-vie s'élève: de 585,000 hectolitres (12,870,000 gallons) d'alcool pur elle passe à 850,000 (18,700,000 gallons).

"Ainsi, il n'y a pas de relation entre le nombre de débits et la consommation de l'alcool. Les Pays-Bas ont perdu un quart de siècle d'efforts pour avoir méconnu cette vérité. Ce n'est pas là que les parlementaires qui constituent le groupe anti-alcoolique doivent chercher le modèle à imiter."

Les réflexions du docteur Bertillon sont réellement très judicieuses; mais à quoi peuvent-elles servir? Le siège du Parlement est fait, et il est absolument résolu, au contraire, à engager une lutte à mort contre les débitants.

Il lui convient de faire de la lutte de classes, et il en fera, malgré tous les sages conseils que pourra lui donner le docteur Jacques Bertillon.

Une partie du Parlement a déjà exprimé sa ferme volonté de supprimer les classes moyennes — plus de petits commerçants! plus de débitants!

Rien que des millionnaires et des gens très pauvres!

Ecoutez M. Charles Dupuy exposant en ces termes le plan de combat du Sénat contre le commerce de détail, et vous ne douterez plus des intentions belliqueuses de certains législateurs, affolés de haine contre ces honnêtes et humbles travailleurs indépendants qu'ils appellent avec mépris "des mastroquets".

"Nous respectons, a dit M. Dupuy, le principe de la division du travail. A la Chambre, on s'est préoccupé de l'absinthie. On y travaille à résoudre le problème. Nous ne voulons pas l'entraver. En attendant que le résultat pratique et réalisable de cette campagne nous parvienne, nous nous préoccupons au Sénat, d'une oeuvre concordante, celle de la limitation du nombre des cabarets, non pas par la suppression de ceux qui existent, mais d'abord en ne remplaçant pas ceux qui se suppriment d'eux-mêmes, ensuite en mettant des conditions plus exigeantes pour les nouvelles autorisations.

D'ailleurs, ceci n'est qu'un projet. Une sous-commission examine le problème sous toutes ses faces et elle arrivera certainement à mettre debout — bientôt — quelque chose de net et de complet."

On voit que, tant au Sénat qu'à la Chambre, une majorité peu à peu se forme, décidée à une lutte à mort contre les petits commerçants et "uniquement contre les commerçants."

REMARQUES SUR LE CLARET

Dans une allocution prononcée à l'Institute of Brewing, Londres, le docteur Philips Schidnowitz, dont les recherches sur les boissons alcooliques sont aussi connues qu'elles ont de valeur, a fait les remarques suivantes sur le claret, d'après le journal *Wine and Spirit Trade Record*.

C'est un fait remarquable que, bien que de nombreux essais aient été faits en Europe, en Amérique, dans le sud de l'Afrique et en Australie pour produire un vin ayant les caractéristiques des vins de Bordeaux, le succès n'a jamais répondu à ces efforts. Un connaisseur bien connu a dit, un jour, que le vin de la Gironde était le seul vin rouge léger dont on pouvait avaler un verre plein d'un seul trait sans faire la grimace et, bien que cela puisse être simplement affaire d'opinion, c'est digne de remarque en ce que la composition chimique du vin rouge de Bordeaux diffère d'une manière très appréciable de celle des autres vins rouges qui peuvent leur être comparés; le fait caractéristique le plus frappant est la très petite quantité d'acide total et l'absence presque complète d'acide volatile et de sucre. La supériorité des vins de Bordeaux ne provient pas simplement, d'après moi, de ces facteurs, mais plutôt de l'équilibre parfait de leurs divers éléments de constitution.

Les remarques que j'ai l'honneur de vous soumettre se rapportent principalement aux relations qui existent entre la qualité et la composition chimique, et les observations générales que je peux faire sont basées sur l'expérience fournie par l'examen de centaines d'échantillons, au cours des douze dernières années. Par le mot qualité, je veux dire "qualité commerciale," qui comprend d'une part la valeur et, d'autre part, l'état sain, le bouquet, l'aptitude à se conserver, à s'améliorer, etc. Quand on considère la qualité des vins de Bordeaux, plus particulièrement des vins classés, on doit avoir en vue deux facteurs principaux, le crû et la vinée. Afin d'illustrer les différences dues à la vinée et au crû, je me propose de soumettre à votre examen une série de vins du même crû mais de diverses vinées et une autre

QUAND VOUS PENSEZ A DE L'EAU-DE-VIE
FINE VOUS PENSEZ NATURELLEMENT AU

BRANDY 3 ETOILES DE HENNESSY

C'est le pur esprit—obtenu, par l'antique procédé de l'alambic à feu nu, du raisin cultivé dans le district de Cognac, Charente, France.

L'art de vieillir les brandies de Hennessy—pour en développer le bouquet—a été transmis de père en fils, de génération en génération.

Le Brandy ' Hennessy's 3 Star' est garanti avoir plus de 12 ans d'âge.

"STANDARD"

(E. W. PARKER, MONTREAL)

HIGH WINES

ET

ALCOOL

UN ALCOOL NEUTRE ET INCOLORE
CONVENANT A TOUS LES USAGES

Garanti par le Gouvernement Canadien
avoir mûri en Entrepôt pendant deux ans.

GILLESPIES & CO.
Agents Vendeurs
MONTREAL.

série des différents vins (c'est-à-dire de différents crus), mais de la même vinée.

Vous savez bien, sans doute, que la qualité de tous les vins dépend en grande partie de la vinée, c'est-à-dire de l'année ou de la saison particulière où les vendanges ont été faites et le vin fabriqué. La vinée est influencée principalement par le temps et parfois par des maladies spécifiques — favorisées par la température ou par quelque circonstance accidentelle — tel est le cas pour les vins de Bordeaux, de la maladie appelée *mildew*. Ainsi, dans les premières années de la décade de 1880, presque toutes les vinées de la Gironde furent très affectées par le *mildew*. A partir de 1887, toutefois, les vignobles reprirent peu à peu leur ancienne condition et les vins de la dernière décade sont considérés comme étant parfaitement à leur ancien niveau d'excellence. Si nous prenons la vinée de 1880, par exemple, beaucoup de vins de cette vinée avaient peu de corps et étaient inférieurs, mais en même temps il y avait des vins d'excellente qualité, ce qui montre que l'influence du cru est distincte de celle de la vinée. J'ai ici un échantillon de Château-Lafite, 1880; vous observerez qu'il a toutes les caractéristiques d'un vin de sa catégorie bien réussi, et on peut en dire autant de cet échantillon de Mouton Rothschild de la même vinée, tandis que des vins d'autres grands crus étaient distinctement inférieurs. Afin de mieux vous faire comprendre l'influence de la vinée, j'ai ici une série de Château-Lafite des années 1880, 1888, 1893, 1895, 1896, 1899, 1900 et 1905. Ce sont tous des vins de bonnes vinées et mon but en vous les montrant est de vous faire voir les différences qu'on obtient avec un vin particulier de diverses bonnes années. Vous tiendrez compte naturellement de l'âge, mais je pense que vous pourrez remarquer des différences où l'âge n'a rien à faire. En commençant par le plus jeune de ces vins, nous avons du Lafite 1905. Comme ce vin est nouveau et n'est pas arrivé à maturité pour l'embouteillage, vous remarquerez qu'il est un peu "vert". Néanmoins, il est agréable et doux, et sa verdeur disparaîtra, quand le tartre en excès se sera déposé. Vous remarquerez que l'acide tartrique total est en proportion relativement élevée. Ce n'est pas un des grands vins (tels que ceux de 1889) mais il est sain et bien fait. Passons à l'échantillon de 1900; vous voyez que c'est un grand vin excellent avec un bouquet très développé. Celui de 1899 a beaucoup de velouté et, étant donné qu'il a à peine cinq ans de bouteille, son bouquet et son arôme sont remarquablement développés. L'échantillon de 1896 est très

doux et velouté, à cause de sa proportion très faible d'acide tartrique et relativement élevée de glycérine, le tout bien équilibré. Ce vin est un bon représentant des vins de sa classe et de sa vinée. Le Lafite 1895 est intéressant, parce qu'il représente bien une vinée douteuse sous d'autres rapports. La vinée, à cause d'un excès de sucre et de température élevées, était en général inégale.

Vous observerez que l'échantillon de 1893 est un grand vin, mais qu'il n'est pas doux et velouté comme la plupart des Lafite bien réussis. Beaucoup de vins de cette vinée ont à peine répondu à ce qu'on en attendait au moment de la vendange. J'ai déjà parlé du vin de 1880, au début de ces remarques. Vous remarquerez, en prenant la série d'échantillons comme un tout, que les caractéristiques de l'âge sont d'abord la douceur progressive du vin, due principalement au dépôt du tartre et, en second lieu, le développement d'un bouquet d'une nature secondaire. Ce bouquet secondaire est très probablement dû à l'action de micro-organismes.

Les vins du district Margaux ont un bouquet plutôt plus développé que ceux des districts de Saint-Julien et de Pauillac. Ces derniers, d'autre part, ont plus de corps et un développement un peu plus faible. Outre les vins mentionnés ci-dessous, j'ai inclus trois autres vins parmi ceux de 1900: un vin de deuxième cuvée, un vin bourgeois et un vin de vigneron. Ce sont tous des vins de Médoc. Ils sont intéressants, car ils montrent les grandes différences qui existent entre les diverses catégories de vins de la même vinée. Le vin de seconde cuvée contient une faible proportion d'alcool et une très forte proportion d'essence. Le vin bourgeois contient une très forte proportion d'alcool ainsi que d'essence de glycérine. Le troisième vin contient une forte proportion d'alcool, très peu d'essence et une haute proportion d'acide tartrique.

Un vin peut être considéré comme bon, s'il possède assez d'alcool et ne contient pas d'excès d'acide (surtout d'acide volatile) et de sucre non fermenté. Ainsi un vin à 10 pour cent d'alcool, par exemple, et sans excès d'acide ou de sucre, pourrait être considéré comme bon, tandis qu'un vin à 10 pour cent d'alcool avec 4 ou 5 grammes par litre de sucre non fermenté ou plus de 3.5 d'acide, devrait être examiné et manipulé avec soin. Un vin contenant moins de 10 pour cent d'alcool peut être parfaitement sain, mais il devra être manipulé avec le plus grand soin. Quant à la qualité, le corps du vin peut être jugé par ce qu'il contient en alcool, en essence réduite et en glycérine.

Il ne s'en suit pas nécessairement que, parce qu'un vin est un grand vin, c'est un vin fin. Par exemple, on peut avoir beaucoup de corps et de vinosité, mais un excès de tannin ou d'acide. Un tel vin serait assez sain, mais il serait probablement dur et âpre et, une fois embouteillé, ses progrès seraient à peine aussi satisfaisants qu'on pourrait le désirer.

Le principal facteur de qualité est l'équilibre et par là je veux dire la relation quantitative des divers éléments, les uns par rapport aux autres. Ainsi, si la proportion d'alcool est anormalement élevée ou basse, ou s'il y a excès ou manque de l'un ou de l'autre des éléments, la qualité est rarement de premier ordre. Mais, en tirant une conclusion, il faut tenir compte de facteurs, tels que le district d'où le vin provient, les particularités du cru, de la vinée, etc.

LES VINS D'EUROPE

Partout en Europe, sauf dans les régions du Nord, la vigne est plus ou moins cultivée, dit "La Revue des Vins et Liqueurs". On reconnaît que la France représente le type du pays producteur de vins, tant pour la qualité que pour la quantité et la variété. Les vins du Bordelais, de la Bourgogne et de la Champagne sont connus dans le monde entier. Mais, outre ces vins de haute qualité, dont les crus sont célèbres, nous devons mentionner les vins de la Touraine, de l'Anjou, les vins mousseux de Saumur, les vins du Nantais, de l'Auvergne, de la Dordogne, des Côtes du Rhône (Ermitage), de l'Orléanais, de la Provence (Châteauneuf-du-Pape) des Charentes, de l'Armagnac et ceux qui sont mieux connus sous le nom de vins du Midi, qui sont produits par les vastes vignobles du Roussillon, et du Languedoc où on récolte le raisin qui produit plus de la moitié des vins français.

Le Midi fournit aussi quelques vins de liqueurs estimés, tels que les muscats de Frontignan, de Lunel, de Riversaltes; les grenaches de Banyuls et d'autres similaires, parmi lesquels nous pouvons citer les muscats de Montbazillac, dans la Dordogne. A Cette et à Marseille, on prépare de grandes quantités de vermouth, de quinquina, de divers vins apéritifs et aussi de vins cuits. Le vermouth de Chambéry doit être mentionné.

En 1906, la production du vin en France s'est élevée à 52,079,052 hectolitres (645,739,144 gallons). La plus grande production qui puisse être mentionnée est celle de 1875 qui atteignit le chiffre très élevé de 83,632,391 hectolitres (1,839,912,602 gallons).

Après la France, comme quantité de vins produite, vient l'Italie, où l'on fait

Controleurs exclusifs de plus de 60
Agences Etrangères.

UN DEMI-MILLION de Dollars
de Droits Payé par An.



DOUZE
Entrepôts du Gouvernement.
DEUX
Magasins d'Excise.

Lawrence A. Wilson & Cie., MONTREAL. LIMITEE

Notre Stock de Vins et de liqueurs est le plus grand et le meilleur au Canada.

CLARETS ET BOURGOGNES.

Nous détenons un stock très considérable et très choisi de Vins Château rouges et blancs de la Bordeaux Claret Co., ainsi que de vieux Bourgognes Rouges et Blancs en bouteilles.

SHERRIES.

Nous avons aussi en stock des sherries de Gonzalez & Byass en fûts et leurs Vieux Sherries des célèbres marques "Idolo" et "Cristina", embouteillés et cachetés dans leurs propres Bodegas. La réputation universelle de cette maison suffit à garantir l'excellence de ses produits.

ABSINTHE SUISSE.

Absinthe Supérieure de Gemppe Pernod.

APÉRITIF.

Le meilleur produit d'Espagne : Tot, l'Apéritif "Bambou".

COGNACS.

Entre autres marques importantes de Cognacs, nous sommes seuls à contrôler les marques suivantes : Boutelleau Fils, Cognac Distillers' Association, Carlat & Cie, Jos. Brémond & Cie, Régnier & Cie, ainsi que les Brandies Espagnols de Jimenez & Lamothe.

BLACKBERRY BRANDY.

Wilson's Blackberry Brandy, Liqueur Supérieure, qualité non surpassée.

LIQUEURS.

Marasquin de Levert & Schudel, Curaçao Orange, Crème de Menthe Glaciale, Anisette, Kümmel, Kirsch.

Petite Chartreuse Verte et Jaune, Liqueur Hanappier, Elixir de Spa.

WHISKY.

Nous importons énormément plus de "Scotch Whisky" que toute autre maison du Dominion. "Dunblane" pur grain et pur malt de Greenlees Brothers ; King Edward VII, Real Antique ; Hill-Burn Blend de Heilbron & Sons, Kings Liqueur ; Scottish Arms de R. Thorne & Sons, Antique Liqueur ; Three Star, Red, White and Blue de Haig & Haig, Five Stars, Tammany Scotch, Brae Mar Special, House of Lords, Five Crowns de Bruce Wallace & Co., Loch Caron Gleneil, A. Mac Murdo & Co., etc.

Les nombreuses qualités du Scotch Whisky, importé par nous de diverses parties de l'Ecosse, nous permettent de fournir tout arôme, couleur et âge aux prix d'importation.

ECHANTILLONS FOURNIS SUR DEMANDE.

des vins de liqueurs très intéressants, tels que le Lacryma Christi et le muscat du Vésuve, dont le raisin est récolté sur les pentes du célèbre volcan; le Muscat de Syracuse, le Marsala et le Zucco en Sicile; le Vino Sancho (Lombardie); le vin de Falerno (Campanie), le Monte Pulciano (Toscane); le Monte Fascone, l'Aleatico de l'île d'Elbe. Comme vins ordinaires, on peut mentionner le Chianti (Toscane) l'Asti et le Barolo (Piémont), les vins blancs de Capri, les vins Barletta, etc. Il ne faut pas omettre non plus les vins mousseux d'Asti (Asti Spumante) et le Vermouth de Turin dont la base est faite de vin muscat.

L'Espagne produit des vins renommés et, à juste titre, tels que ceux de Jerez (Andalousie), appelés Xérès, en France, et sherries en Angleterre. Ces vins sont quelquefois secs, comme les Amontillados, les Manzanillas, Olorosas; des vins quelquefois sucrés, comme les Pedro-Ximenes, Pajaretas, Tintillas de Rota. Puis viennent les Malagas, blanc et noir, les Grenaches d'Aragon, les Malvoisie de Catalogne, les Tintos d'Alicante, les vins de Tarragone, etc. Parmi les vins rouges ordinaires, les Rioga, Huesca, Benicarlo, Alicante, Prio Rotos et, parmi les vins blancs, les Manches, Senille, Huelva, Villa Franca, doivent être nommés. Ajoutons qu'on fait dans ce pays des quantités de Mistelas, blancs et rouges, coupés généralement avec des alcools de vin.

En Allemagne, la production du vin dépasse à peine 3,000,000 d'hectolitres et elle a lieu presque entièrement sur les rives du Rhin et de la Moselle. Certains crus du Rheingau, sur la rive droite du Rhin, sont des meilleurs; c'est le produit de la célèbre vigne Riesling. C'est là que nous trouvons les célèbres Joannisberg, Steinberger, Rudesheimer, Maro Brunner, Hochheimer et autres. Certains des vins du Rhin sont cités comme ayant été vendus à raison de 40,000 marks (\$10,000) les 1,200 litres (264 gallons), prix qui n'a jamais été atteint par aucun autre vin. Après les vins du Rhin, et presque leurs égaux, viennent les crus renommés de la Hesse Rhénane, puis ceux de la Moselle. Les vins du Rhin et de la Moselle sont expédiés de plus en plus à l'étranger. L'Allemagne fabrique une assez grande quantité de vins mousseux (12,866,842 bouteilles en 1906), dont une grande partie est expédiée aux pays anglais sous les noms de Moselle Mousseux, et de Hock Mousseux.

Le Portugal produit une grande quantité de vins, mais le vin d'Oporto seul — nous parlerons du Madère plus loin — suffirait à justifier la réputation de ce pays comme pays de vignobles. Les vins de choix d'Oporto, environ 100,000 hectolitres par an, et achetés pour la plus grande partie par les pays de langue anglaise, sont produits dans le district du

Douro supérieur. Ces vins sont très forts (19°), étant renforcés par l'addition d'alcool des vins plus ordinaires du même district.

Les vins d'Autriche-Hongrie sont plutôt médiocres, sauf toutefois le vin célèbre de Tokay, de Hongrie, qui, d'après un proverbe magyar, a la couleur et la valeur de l'or. Ce vin est fourni par la vigne Furmint et la vigne la plus célèbre qui fournit ce vin est le Mezes-Male (rayon de miel) qui appartient à la Couronne.

Les autres pays d'Europe où la vigne est cultivée, c'est-à-dire la Roumanie, la Russie, la Bulgarie, la Turquie, la Suisse, la Serbie, le Luxembourg, la Principauté de Monaco et même la république de San Marin, produisent à peine autre chose que des vins ordinaires qui valent quelque chose comme des vins de pays, mais qui ne sont pas connus au dehors. Ainsi en France, aux entrepôts de Bercy, par exemple, avec les vins d'Espagne tels que ceux d'Aragon, de Valence, d'Alicante, etc., et les vins d'Italie, tels que ceux de Sicile, Barletta, etc., les vins de Turquie, de Grèce, etc., sont cotés couramment.

L'ALCOOL EN FRANCE

Le consul général des Etats-Unis à Marseille, France, dans un rapport récent, fournit quelques renseignements au sujet de la distillation des résidus du raisin par les fermiers de ce pays. Il dit:

Il y a deux catégories de petits distillateurs dans ce pays: fermiers qui font leur vin et leur cidre, qui exploitent le raisin, leurs pommes et leurs poires, et les distillateurs voyageurs qui vont de place en place, distillant la matière brute, soit à un prix convenu, soit pour leur propre compte. En règle générale, dans le voisinage immédiat de Marseille, les cultivateurs emploient ces distillateurs voyageurs qui arrivent avec leur alambic portatif et font de l'alcool pour 5 et 10 cents le litre (1.05 quart) suivant le degré, qui est d'habitude d'environ 70. Le produit doit être rectifié et ramené à 86°; son prix est alors de \$9.26 pour 100 litres (22 gallons). La marge de profits possible n'est réellement pas grande, le prix de vente en gros étant réduit par la forte taxe de consommation de \$55 par 100 litres.

L'appareil de distillation le moins coûteux offert en vente par un manufacturier français de premier ordre, consiste en un alambic, un four en tôle et des accessoires, le tout d'un prix de \$30.88. Cette combinaison a une capacité de chaudière de 10 litres (2.2 gallons). La même combinaison est offerte en toutes grandeurs, jusqu'à une chaudière d'une capacité de 1,000 litres (220 gallons), valant \$388. Le même manufacturier fait des appa-

reils de distillation portatifs dont le plus petit a une chaudière d'une capacité de 200 litres (44 gallons) et qui se vend \$225, et jusqu'à des appareils de distillation de 1,000 litres se vendant \$604.

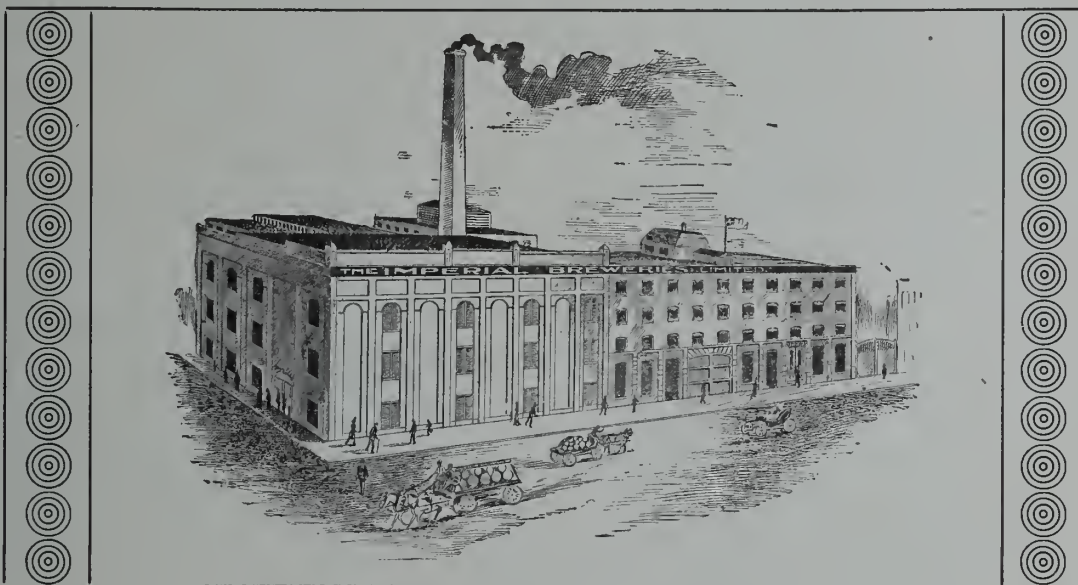
Tandis que presque chaque produit de la ferme peut être et est distillé dans certains buts, le cultivateur français s'intéresse principalement, comme il a déjà été dit, à l'utilisation des résidus de la fabrication du vin et du cidre et, dans le sud de la France, à la distillation de fleurs et de plantes aromatiques. Il arrive très souvent qu'on rencontre dans les Alpes des fermes où les récoltes ayant été rentrées, le fermier et ses fils mettent avec la fourche, comme ils le feraient pour du foin, de la lavande dans un énorme chaudron d'eau; cette lavande sortira sous forme d'essence. La matière brute ordinaire que chaque producteur de vin et de cidre est certain d'avoir, c'est un marc qui peut être distillé quand il sort du pressoir, mais il est employé avec un meilleur résultat quand la fermentation est complète. Ce marc devrait être emmagasiné dans des foudres, des tonneaux ou des silos, de manière à empêcher son contact avec l'air qui est très nuisible quand il occasionne une fermentation secondaire. Si l'on prend les précautions qu'il faut, le marc peut être conservé pendant plusieurs mois, au grand avantage de l'alcool, ce qui permet au cultivateur de procéder à la distillation quand les travaux ordinaires de la ferme sont terminés. Finalement, comme tous les résidus du raisin contiennent du bi-tartrate de potasse, cette substance peut être aussi recueillie après le procédé de distillation, en soutirant le liquide dans des tonneaux où des branches ont été placées et sur lesquelles le tartre se cristallise. A mesure que le liquide se refroidit, le tartre adhère à ces branches ou aux parois du tonneau. L'eau est soutirée quand le tout est froid et on obtient le tartre en le secouant des endroits où il s'est déposé.

Les raisins secs peuvent être traités à peu près de la même manière que les raisins frais, ou le marc de pommes. On fait d'abord macérer le raisin sec dans deux ou trois fois son poids d'eau tiède, suivant la proportion de suc qu'il contient. Au bout de deux jours, la fermentation commence et ne dure que cinq ou six jours. La température de la matière devrait être maintenue à environ 77° F. et il faut l'agiter trois fois par jour. Quand la masse cesse de bouillonner, la fermentation est terminée et on peut commencer la distillation. Le vin obtenu est distillé le premier, puis la matière solide est, soumise au même traitement que le marc de raisin frais. Tous les hommes d'une intelligence ordinaire peuvent comprendre facilement ces procédés de distillation qui offrent de nouvelles sources de revenus au cultivateur, particulièrement

— THE —
IMPERIAL BREWERIES

LIMITED

La Brasserie Coopérative des Hoteliers et Epiciers.



BIERE ET LAGER EN FUTS, MARQUES :

Imperial Breweries, Ltd. Extra Pale Ale.Imperial Porter,Imperial Lager,Salvador Lager.

Prix Spéciaux aux Actionnaires de la Compagnie

BRASSERIE ET BUREAUX :

617 Rue St-Paul, = = Montréal.

dans les régions productrices de fruits, où des milliers de boisseaux de résidu de vin et de cidre sont rendus au sol ou brûlés, et où les pommes de qualité inférieure ne sont même pas cueillies, parce qu'on manque d'un marché rémunérateur.

Les cultivateurs désirant convertir les produits de leurs propres terres en alcool sont obligés de déclarer au percepteur des taxes de leur district le nombre et la capacité de leur alambic, afin de n'être pas soumis à l'inspection des fonctionnaires du Revenu. S'ils emploient un alambic à système continu, d'une capacité de 200 litres (44 gallons) par 24 heures, ils sont classés comme distillateurs professionnels et soumis à un autre régime; si leurs alambics ne sont pas des appareils à système continu et ne contiennent pas en une fois plus de 500 litres (110 gallons) ils jouissent de tous les privilèges spéciaux du cultivateur.

IVRESSE ET ALCOOLISME

Un de nos lecteurs nous écrit.

"L'auteur de l'article "Ivresse et Alcoolisme", publié dans votre dernier numéro, a oublié dans ses remarques une considération importante: C'est que l'ivresse plus souvent qu'autrement mène à l'alcoolisme; que celui qui s'enivre est, d'une manière générale, un homme qui fait un usage fréquent de boissons et que, si l'alcoolisme est un mal auquel il faut remédier, l'ivresse et l'usage fréquent des boissons en est un non moins grand.

"En terminant, je me permettrai de remarquer pour répondre à la fin de l'article mentionné que les déchéances causées par la boisson dans les classes libérales et parmi les employés de commerce sont aussi nombreuses comparativement et beaucoup plus déplorables que parmi la classe ouvrière".

Pour répondre d'une façon complète et satisfaisante à notre correspondant, il faudrait en partie reprendre l'article sur lequel portent les remarques et distinguer entre l'ivresse accidentelle et l'ivresse habituelle; la première, comme d'ailleurs le fait remarquer l'auteur de l'article, quoique toujours reprehensible comme tout autre excès et condamnable comme telle, ne peut conduire à l'alcoolisme. Il n'en est pas de même de l'ivresse habituelle, cela se conçoit, qui mène droit à l'alcoolisme.

Mais, quant à dire que l'usage fréquent des boissons est un mal non moins grand que l'ivresse et l'alcoolisme, il y a là une affirmation à laquelle il nous semble impossible de souscrire.

L'auteur de l'article "Ivresse et Alcoolisme" s'étend sur ce point en nous montrant l'ouvrier qui, sans s'enivrer jamais, consomme dans sa journée de fortes quantités d'alcool et devient alcoolique. Cet ouvrier fait, il est vrai, un usage fréquent

de boissons, mais il pousse cet usage à l'abus; on peut dire de lui qu'il fait non un usage fréquent mais un usage abusif de boissons, d'alcool. Or, il est parfaitement entendu que tout abus est condamnable et condamné d'avance.

Mais peut-on condamner l'usage modéré quoique fréquent des boissons contenant de l'alcool, comme le vin, la bière, par exemple? Peut-on dire de cet usage modéré et fréquent qu'il est un mal non moins grand que l'ivresse et l'alcoolisme?

Non évidemment. Dans les pays qui produisent le vin: en France, en Espagne, en Italie, notamment, dans tous les pays vignobles, en un mot, tout le monde, hommes, femmes et enfants mêmes boivent du vin à tous les repas et, cependant, les habitants de ces contrées ne sont pas pour cela des ivrognes, tant s'en faut. Il n'est donc pas exact de dire que "celui qui s'enivre est d'une manière générale, un homme qui fait un usage fréquent de boissons".

Ce qu'il faut combattre ce n'est pas l'usage des boissons, mais l'abus. Le malheur est que certaines gens ne connaissent guère la modération et sont portés à abuser de choses qui, excellentes en soi, deviennent pernicieuses quand on en use à l'excès.

Notre correspondant nous dit aussi que les déchéances causées par l'abus des boissons dans les classes libérales et parmi les employés de commerce sont aussi nombreuses comparativement et beaucoup plus déplorables que parmi la classe ouvrière.

Il nous est difficile, faute de documents statistiques sur la matière, de contrôler le nombre de cas d'alcoolisme dans les différentes classes de la société, mais nous dirons avec lui que ces déchéances sont, en effet, plus déplorables quand on les constate dans une classe généralement plus instruite, plus intelligente souvent et qui, par conséquent, devrait être mieux armée pour lutter contre une funeste passion.

LE TRAITEMENT DES LIQUEURS

Le magasinage et la manipulation des liqueurs sont deux points d'une importance capitale pour les marchands détaillants. Comme les êtres humains, chaque breuvage pris individuellement a des particularités qui lui sont propres. Ces particularités doivent être étudiées avec soin, il faut s'y prêter ou les contrecarrer suivant ce qui convient le mieux à un traitement convenable. Les vins, en raison de leurs prix élevés sont d'habitude emmagasinés et manipulés avec précautions, la manière de les servir dépendant grandement de la saison de l'année. Rien n'est plus mauvais pour les vins, quand il fait froid, que d'être transportés d'un endroit à un autre, ils ne devraient

pas être exposés à des changements soudains de température et la cave devrait être surveillée avec soin sous ce rapport.

Toutefois, ce n'est pas seulement pour les vins que le détaillant devrait prendre des précautions et exercer du jugement. La bière est un produit qui coûte relativement beaucoup moins que la plupart des autres boissons et, pour cette raison, elle est souvent traitée avec négligence. Cependant, comme tout homme expérimenté le sait, l'emmagasinage et la manipulation des liqueurs de malt demande du soin et de l'attention. La bière, par exemple, est un breuvage si répandu, surtout dans les mois chauds de l'année, et rapporte, en conséquence, tant de profit, que son traitement convenable a pour résultat un mouvement considérable d'argent. Tout autant que d'autres breuvages, la bière est extrêmement sensible, et le goût croissant pour la légèreté de corps et de saveur accentue encore cette sensibilité.

Il n'existe peut-être pas de boisson plus insipide que la bière qui n'est pas arrivée à une maturité suffisante, et rien n'est mieux fait pour en détourner le public. Le goût amer de la bière en parfaite condition est agréable et l'appréciation qu'en font les clients vaut la peine du mal qu'on se donne pour qu'elle acquière ce goût.

La manière de verser la bière de la bouteille dans le verre est une autre chose importante que l'on devrait faire avec précaution, de manière à former une mousse engageante, la bière elle-même étant parfaitement brillante et pétillante. Il faut toujours se servir de verres parfaitement propres, aussi bien pour la bière en bouteille que pour la bière en fût. Pour cette dernière, elle devrait toujours être en bonne condition et être tirée avec autant de soin que le temps le permet. C'est une partie importante du commerce de l'été, et l'attention qu'on y apportera ne le sera pas en pure perte. Il ne faut pas laisser la bière déborder du verre sur le comptoir devant le client; personne n'aime à avoir des doigts poisseux pour avoir pris un verre mouillé extérieurement, et un comptoir mouillé est loin d'être une chose convenable. Voilà de petits détails, mais on verra par la pratique qu'ils produisent de réels bénéfices. Il faut aussi veiller à ce que les étiquettes des bouteilles de bière non seulement soient bien placées, mais soient endommagées aussi peu que possible par la manipulation. Quand on met les bouteilles sur la glace, les étiquettes sont sujettes à se déplacer; mais c'est un fait qui est bien compris, et l'attention accordée à d'autres détails peut compenser ce léger défaut.

Le whisky est une liqueur qu'il est facile de conserver en cave—en fûts tout au moins—mais des températures extrêmes ne sont pas sans produire leur effet sui-

LAW, YOUNG & CO.

MONTREAL.

CHAMPAGNE

POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix
sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
Ale & Stout.....Daukes & Co.
Bénédictine.....Benedictine Co.
Bourgognes.....Bouchard père et fils.
BrandyRenault & Co.
Cherry Whisky (The Original) Fremy's
Claret et Sauterne.....Nathl. Johnston & Sons.
Crème Cacao ChouvaA. Droz & Cie.
Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
Gin London Dry“Gordon's.”
Ginger Ale Anglais.....“Schweppes.”
Lime JuiceL. Rose & Co.
Liqueurs.....Marie Brizard & Roger
Madère.....Leacock & Co.
Soda Anglais.....“Schweppes.”
Stout.....Wheeler & Co.
Tarragone.....Louis Quer.
Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
Vin de MalagaCrooke Bros.
Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
Vins de Porto et Sherries..“Mackenzie.”
Vins du Rhin et Moselle...Koch Lauteren & Co.
Whisky Ecossais.....“Kilmarnock.”
Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.

SOYEZ ELÉGANT

Quand vous êtes en route



L'apparence compte, si
vous êtes bien équipé, quand
vous conduisez une voiture—
Etre bien équipé, c'est avoir
la voiture fabriquée par
HENRY-la marque “Crown.”

Examinez - simplement
notre stock de

**Buggies,
Runabouts,
Naps,**

le choix idéal pour l'hôtelier,
le commerçant ou le marchand entreprenant.

HARNAIS pour toutes les fins.

Tous les articles pour **CHEVAUX** ou **ECURIES.**

E. N. HENY Co., Limited

Manufacturiers en Gros et en Détail
de Voitures et de Harnais : : : :

333-335 rue St-Paul, - MONTREAL.



Service Individuel,
Service de Club et
de Wagon
Restaurant

Cette Marque Célèbre
Mise en

Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et Flasks “Book”

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott Ontario.

“NEW-YORK.”

“CANADA.”

lui aussi. Le whisky en fût demande une attention spéciale en tant que le consommateur est concerné.

Beaucoup de personnes ont certaines préférences, et d'autres se contentent d'avoir leur whisky tiré du fût et si, dans ce cas, le whisky est satisfaisant, on peut faire avec lui un commerce profitable. Le whisky en bouteille devrait être l'objet de soins et les bouteilles gardées de telle sorte que les étiquettes ne soient pas souillées; autrement le consommateur est enclin à penser que les choses ne sont pas ce qu'elles semblent être, de là des ennuis. Cela s'applique également au gin, et, en somme à toutes les liqueurs, qu'elles soient un produit du pays, ou qu'elles soient importées.

Voilà quelques-unes des mille et une petites choses qu'un marchand au détail devrait chercher à étudier et à mettre en pratique afin de produire de bons résultats dans son commerce. Son principal but est de plaire à ses clients et de satisfaire leur goût; de l'attention donnée à des choses qui peuvent tout d'abord paraître insignifiantes, portera ses fruits sous forme d'une clientèle assurée et ainsi d'un commerce durable.

LE ROLE DES VIGNETTES DANS LES ANNONCES

Quel moyen faut-il employer pour faire lire les annonces? Voilà une question que s'est souvent posée l'annonceur entreprenant; c'est un problème que tous les annonceurs ont à envisager, et le but de cet article est de suggérer une solution simple.

Pour que votre annonce soit lue, il faut d'abord qu'on la voie et, comme il y a relativement peu de personnes qui la chercheront, vous devez attirer leur attention—vous devez faire remarquer votre annonce, il faut qu'elle soit plus visible que celle de votre rival. Comment donc allez-vous vous y prendre pour faire remarquer votre annonce, pour attirer l'attention du lecteur? C'est par l'apparence générale de l'annonce et par sa disposition que vous atteindrez le but proposé, et rien ne contribue plus à donner du cachet à une annonce, à la faire remarquer qu'une gravure brillante, bien faite, bien placée.

Si une annonce avec vignette et une annonce n'en comportant pas, toutes deux occupant le même espace, sont placées l'une à côté de l'autre, celle ayant une vignette attirera davantage l'attention, parce que les gravures intéressent tout le monde; elles attirent l'attention, excitent la curiosité et éveillent l'intérêt.

Bien que toutes les vignettes aient leur importance dans la publicité, il y en a qui sont particulièrement précieuses parce qu'elles attirent l'attention plus que d'autres. En conséquence, en choi-

sissant des vignettes, prenez, si possible, celles où il y a du mouvement ou qui montrent l'article annoncé employé par une ou plusieurs personnes qui semblent en être satisfaites. Il est bon de se rappeler que, chaque fois qu'on peut, par une illustration, introduire quelque élément d'intérêt humain, la force de l'annonce est grandement augmentée.

Les vignettes n'ayant aucun rapport avec la marchandise annoncée et que certains annonceurs emploient ont relativement peu d'utilité.

Elles attirent l'attention naturellement; mais une illustration se rapportant directement à l'annonce attirera l'attention et fera ressortir des points aidant à la vente, difficiles à indiquer dans le texte. Elle donnera des idées, elle dira plus, au premier coup-d'oeil, que toute une page de caractères d'imprimerie, et elle le fera d'une manière plus simple, plus convaincante et plus rapide.

Si votre annonce contient une illustration de ce genre, si la relation qui existe entre elle et le commencement du paragraphe est intime et logique, la majorité des personnes qui la verront seront poussées à lire le paragraphe. Si vous avez un écrivain habile, l'introduction sera si intéressante, si forte, que le lecteur sera amené à la partie convaincante sans opposition et, avant qu'il s'en soit rendu compte, l'argument de l'annonce a pénétré dans son esprit ou a créé chez lui un désir pour la chose annoncée.

LE MEDOC

(Ridley's Wine & Spirit)

"Burdigala est mon pays natal — Burdigala, avec son atmosphère tempérée où le sol arrosé par de nombreux cours d'eau donne des récoltes abondantes. Là, le printemps embaumé dure longtemps, mais les visites de l'hiver sont courtes, et les penchants ondulés des collines sont revêtus d'une épaisse couche de verdure. Les remparts de la ville sont si élevés que les tours superbes qui couronnent les angles des murailles percent les nuages. De magnifiques édifices bordent les rues belles et larges qui conduisent à des places spacieuses où il y a de nombreux jets d'eau. La rivière majestueuse, sur les bords de laquelle se trouve la ville, coule en faisant entendre un bruit aussi rythmé que l'océan et porte sur ses flots de riches flottilles de vaisseaux marchands venant de contrées éloignées. Qui n'a pas entendu parler de la fontaine en marbre de Paros dont les eaux, cristallines comme celles de l'Euripe, bouillonnent en provenant de profondeurs insondables et coulent avec une force de torrent vers les ouvertures du bassin sculpté, cours d'eau sans fin et inépuisable?" Ainsi chantait le poète romain, Ausone, au quatrième

siècle de notre ère, et une ancienne carte qui se trouve dans les Inscriptions Romaines confirme cet éloge éloquent. Dans une autre églogue ou idylle pastorale, le même poète vante les vins de son pays bien-aimé et, dans une lettre adressée à son ami, Axius Paulus, le rhéteur, il rappelle un festin qu'ils avaient fait ensemble, avec des huîtres de Burdigala, dont l'excellence était grandement appréciée aux banquets du palais des Césars et "qui étaient à peine moins célèbres que nos vins glorieux."

Quand l'empire colossal de Rome s'effondra à cause de la corruption interne et des guerres extérieures, le pays qu'Ausone gouvernait si sagement, comme consul et dont il fait un éloge dans des vers immortels, fut dévasté successivement par les Vandales, les Visigoths, les Francs, et les Normands, de sorte que, pendant de nombreuses générations, on n'entendit plus parler de ces vins autrefois renommés. Quand ce pays se releva de ses ruines, son nom romain de Burdigala avait été changé en celui de Bordeaux, et son fleuve Garumna devint connu sous le nom de Garonne. Par l'union de Henri Plantagenet avec Eléonore d'Aquitaine, Bordeaux devint paisiblement et d'après la loi une possession anglaise et, pendant les trois siècles que la province de Guyenne resta un apanage de la couronne, le désert dévasté redevint florissant comme une rose. Ce que les pirates normands avaient détruit, leurs descendants civilisés le restaurèrent et, sous leur protection, la viticulture devint florissante. Les Plantagenets et la noblesse de la Cour rivalisaient avec les magnats de la cité, pour prendre leur part du commerce lucratif qui se faisait avec Bordeaux, et des châtiments durs, rigoureusement mis en vigueur, protégèrent les vignoles des maraudeurs quand le raisin était mûr. De grandes quantités de vin furent sans doute expédiées, mais la situation de la vigne qui le produisait est enveloppée de ténèbres. Par exemple, les anciens registres de Bordeaux testifient qu'entre 1311 et 1312, il fut expédié en Angleterre non moins de 41,739 tonneaux d'un vin blanc appelé "langon," ce nom seul indique qu'il était produit dans le district appelé maintenant Graves. Nous apprenons par les mêmes archives qu'en 1350, 141 vaisseaux chargés de vin quittèrent Bordeaux pour l'Angleterre, et, dans ses chroniques, l'historien Froissart raconte qu'il vit une flotte de 200 navires marchands faire voile pour l'Angleterre avec des cargaisons complètes de vin.

Il ne faut pas oublier que, pendant trois siècles, l'Angleterre eut le monopole du commerce des vins de Bordeaux. Même en France, en dehors de la Guyenne, ces vins furent totalement inconnus jusqu'à une époque relativement récente. Néanmoins, la quantité expédiée montre qu'une

BERNARD & LAPORTE

Importateurs des Célèbres
Liqueurs Françaises

Portant la marque **GABRIEL VIARD**, de Troyes, France.

"Pur Abricot,"
"Viardictine,"

"Marasquin,"
"Chartreusette,"

"Cacao Shouwa,"
"Crème de Moka,"

"Curaçao,"
"Anisette, etc."

Cognacs de la Maison
LUCIEN FOUCAULD & Co.

En Caisses et en Fûts

Les Marques **Medico-Tonic**

★ et ★★ ★

sont les plus populaires sur notre marché. On les trouve en vente dans tous les principaux établissements. Pour Prix et Renseignements, s'adresser aux

— Seuls Agents pour le Canada: —

BERNARD & LAPORTE

253-255, rue St-Paul, - - - MONTREAL.



La **Bande de Cigares Nouveauté**

rapporte de l'argent au marchand de tabac ; c'est l'ouvrage le plus fascinant, reproduisant des Plaques, Cendriers, Plateaux à épingles, Plateaux à cartes de visite, Articles de fumeurs, Tables de jeux, Plateaux de fantaisie, etc.

Cette Bande augmente beaucoup les ventes — c'est une annonce pour tout votre magasin.

Ecrivez aujourd'hui pour avoir le Catalogue. Escomptes spéciaux au commerce.

THE OLIVER NOVELTY CO., 16 Yonge Street Arcade
TORONTO.

grande superficie du district et de son voisinage doit avoir été cultivée en vignes. Outre les graves déjà mentionnées, cette superficie comprenait probablement Bourg, Blay, St-Emilion, Libourne, Castillon, St-Macaire, Cadillac et Rions. La Gascogne y apporta probablement son appoint, mais nous doutons qu'une portion importante du Médoc ait été, à cette époque, plantée en vigne. De même que l'homme a été le dernier produit du travail de la nature, de même les crus classés du Médoc ont été les derniers à sortir des vignobles de Bordeaux et, dans ces deux cas, le dernier nommé occupe la première place. A l'appui de cette opinion, nous citerons la reuve fournie par la géographie physique qui s'appuie sur les fondations solides de faits réels.

Géologiquement, le département de la Gironde appartient à la région des Landes, tout au moins pour la moitié de son territoire qui est borné au nord par le cours de la Garonne et l'estuaire de la Gironde. Même dans l'arrondissement de Blaye, sur la rive opposée, le même sol recouvre une étendue considérable. Les Landes peuvent être décrites comme une immense plaine sablonneuse couverte, à quelque distance de la mer, par des forêts de pins de Gascogne qui fournirent à toute l'Europe de la résine et de la térébenthine, jusqu'à ce que le produit américain, à meilleur marché, eût tué ce commerce. Le rivage de la mer, de Bayonne à Point de Grave, sur une distance d'environ 120 milles, consistait autrefois en dunes de sable empilées en couches parallèles irrégulières, à l'est desquelles s'étendaient des lagunes et des marais d'eau stagnante et saumâtre. Quand de forts vents soufflaient de la baie de Biscaye sur ces dunes, les villages clairsemés, formés de cabanes de pêcheurs, étaient ensevelis sous des nuages de sables mouvants et les incursions croissantes de ce sable menaçaient, vers le milieu du dix-huitième siècle, d'engloutir la ville même de Bordeaux. Heureusement, le danger fut détourné par un homme au génie entreprenant et d'une persévérance infatigable. Nicolas Thomas Brémontier, naquit à Rouen en 1738 et, en 1784, il fut nommé inspecteur général des ponts et chaussées et ingénieur en chef de la Guyenne. Quand il entreprit la tâche de fixer le sable et les dunes mouvantes, les couches de sable s'étaient accumulées à une hauteur de plus de 200 pieds. Des explorations le long de la côte conduisirent à la découverte de restes fossiles d'une ancienne forêt peu éloignée de la ville d'eau bien connue d'Arcachon. Brémontier choisit cet endroit pour son attaque. Prenant les endroits les moins exposés, il y planta des pins solides et des arbrisseaux accoutumés à un sol aride. Les ouragans enlevèrent ces plantations et les ensevelirent sous des centaines de tonnes de sa-

ble. Sans se laisser abattre par ce désastre, il replanta des jeunes arbres au même endroit, mais, cette fois-ci, il les protégea par des branches d'arbres fixées dans le sol. Les jeunes arbres et les branches qui les protégeaient furent de nouveau submergés. Aussi entêté que l'araignée de Bruce, il recommanda son travail aussi rapidement qu'il avait été détruit. A la longue, en arrangeant ses plantations en carrés échelonnés et en défendant chaque carré au moyen de clôtures à claire-voie, il réussit à assurer sa première ligne de défense. Le travail suivant fut relativement facile et continué aujourd'hui d'après les indications de Brémontier, ce qui constitue un monument impérissable élevé à sa gloire.

Tandis que les sables mouvants menaçaient continuellement le Médoc, des marais recouvraient sa partie nord-est et remplissaient la vallée située à la base du plateau élevé sur lequel se trouvent maintenant les vignobles d'une renommée universelle. Dans les sols sablonneux qui produisent maintenant les crus classés de Pauillac et de St-Julien, des vignes peuvent avoir été cultivées dès le XVI^e siècle, mais le produit était probablement mélangé avec des vins que nous considérons maintenant comme inférieurs.

La citation bien connue tirée de Ténence "Je suis homme; je pense que rien d'humain ne m'est étranger" est exprimée encore bien plus brièvement dans la ligne célèbre de Pope: "C'est par l'homme qu'on étudie convenablement l'humanité." Pour ceux qui trouvent de l'attrait à ce sujet intéressant, l'influence du progrès de la civilisation, en modifiant les organes des sens, est particulièrement intéressante. Dans toutes les classes du genre animal, y compris le noble sauvage, les sens sont d'une utilité suprême pour capturer une proie, pour prévenir de l'approche du danger. Il y a lieu de croire que la lutte pour l'existence a développé cette sensibilité chez tous les animaux qui n'étaient pas spécialement protégés par l'homme et, qu'à l'état sauvage, elle continue à s'améliorer. Dans les communautés civilisées, les sens ne sont plus indispensables pour se défendre ou pour prendre l'offensive; par conséquent, les sens qui servaient à ces deux buts perdent graduellement leur acuité d'origine. D'autre part, comme la force physique disparaît peu à peu, la force intellectuelle augmente. La vue ne peut plus s'étendre rapidement, comme la lumière d'un phare, sur une vaste étendue de pays, sans manquer un seul des objets qu'elle contient, mais elle a été formée lentement et inconsciemment à apprécier un paysage magnifique ou un tableau exquis. L'oreille ne peut plus entendre le pas furtif d'un ennemi, mais elle nous permet de jouir de mélodies qui, pour les gens sans culture, ne sont rien qu'un bruit sans signi-

fication. On ne peut plus se fier au goût et à l'odorat pour se garder de choses nuisibles ou vénéneuses, mais ces deux sens nous procurent les jouissances voluptueuses que l'on éprouve en dégustant un vin délicat ou en sentant des fleurs au parfum agréable, choses que nos ancêtres ne pouvaient comprendre. S'il avait été possible de remplir la coupe d'un chevalier du Moyen-Age avec un crû choisi de Laffite ou de Château Margaux, il l'aurait avalé d'un seul trait, de même qu'Athelstane, le Saxon, avalait un pâté d'ortolans au banquet des Normands et se serait peut-être plaint de la médiocrité de ce breuvage.

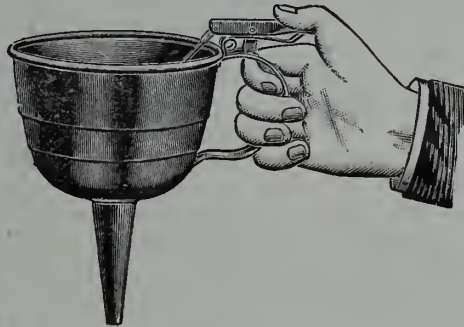
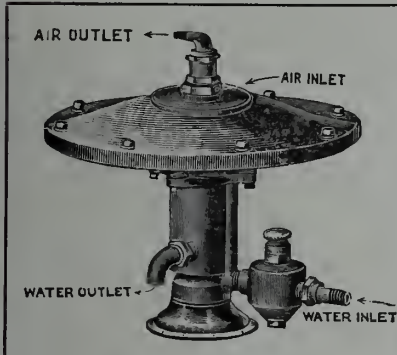
On raconte une anecdote sur Louis XIV; les vins du Médoc avaient déjà acquis une certaine renommée dans la dernière partie du XVII^e siècle. Le grand monarque visitait la cité sur la Garonne, en 1661, et un banquet lui fut offert par le magistrat en chef de la corporation de Bordeaux. Après avoir goûté le vin, d'abord avec curiosité et ensuite en l'appréciant, Sa Majesté complimenta ses hôtes sur l'excellence de sa qualité, son bouquet délicat et son velouté. Un des officiers municipaux, brûlant d'attirer l'attention du roi, s'écria: "Oh! cela n'est rien, comparé aux vins que nous avons dans nos caves." — "Vous le conservez sans doute pour une meilleure occasion?" répondit Sa Majesté d'une manière caustique. C'est peut-être à cause du mécontentement royal que cette remarque intempestive causa que, pendant le long règne de Louis XIV, les vins de Bordeaux ne furent pas patronnés par la Cour. On a des preuves directes que ces vins étaient inconnus à Paris et à Versailles quand son arrière-petit-fils, Louis XV, monta sur le trône. La marquise de Créqui dit dans ses "Souvenirs" comment il fut connu dans la capitale.

"Un jour, Louis XV dit à Richelieu, gouverneur de Guyenne et de Gascogne: Pouvez-vous me dire si ces provinces produisent des vins buvables? — Sire, il y a des vignobles qui produisent du vin qui n'est certainement pas mauvais. — Quels sont ces vins? — Il y a certains vins blancs appelés Sauternes qui ne peuvent pas être comparés au Montrachet ou au petit vin de Chablis, mais ils ne sont pas à dédaigner. Il y a aussi un vin de Graves qui sent la pierre à fusil et qui est assez semblable à un Mazelle, mais qui se conserve mieux. En outre, il y a dans le Médoc, spécialement dans le Bazar-dais, deux ou trois sortes de vins rouges que les Bordelais estiment d'une manière si extravagante qu'ils provoquent un sourire quand on les écoute. D'après eux, c'est le breuvage le plus parfait du monde; il est l'équivalent du nectar des dieux, et cependant il ne peut pas se comparer au bourgogne ni même au produit du Rhône. Il est léger, car il a très

Fournitures de Bars

et Réparations de Bars

Aux Prix des Manufacturiers



THE HAMILTON BRASS MANUFACTURING CO., LIMITED
HAMILTON, Ont. MONTREAL, Que.

Les seuls Manufacturiers Canadiens de

"Workboards," Boîtes à Glace, Pompes à Bière, Mesures, Cuillères, "Shakers"
Extracteurs de Bouchons, Compresseurs de Citrons et Pièces Diverses.

BUREAU A MONTREAL
Téléphone Bell: Main 3245.

327 rue Craig, Ouest
Téléphone des Marchands: 774



**L'avez-vous
en Stock ?**

Il se vend beaucoup de

Vin St-Martin

C'est un Tonique Re-
constituant combiné avec
le plus généreux des
Vins : c'est aussi le plus
ancien des vins toniques
connus.

La demande augmen-
te tous les jours et notre
publicité très étendue
est à l'avantage du mar-
chand qui le tient en
stock.

DISTRIBUTEURS GÉNÉRAUX :
Maison FOURNIER-FOURNIER
LIMITÉE
ST-HYACINTHE, P.Q.

**Avez-vous
Essayé les**

**Cocktails
Saratoga**

"Manhattan,"
"Club Whisky,"
"Brandy,"
"Holland."

Les seuls Cocktails de ces mar-
ques faits au Canada.

En vente chez tous les marchands
de Liqueurs en gros.

Escomptes spéciaux aux
maisons de gros.

AGENTS POUR LA PUISSANCE.

D. McMANAMY & CO.

Marchands de Liqueurs en Gros

SHERBROOKE, QUE.



peu de corps et un bouquet décidément agréable. Ce vin a une sorte de mordant qui n'est pas désagréable, et quelle que soit la quantité que vous en buviez, il peut vous étourdir légèrement, mais c'est tout ce qu'il fait. Pour satisfaire la curiosité du roi, M. de Richelieu ordonna que le Château Laffite lui fût envoyé à Versailles, et le roi se montra heureux de le qualifier de "passable". Jusqu'à cette époque personne n'aurait supposé que du vin de Bordeaux aurait été servi à la table du roi. Voyez comment les goûts changent".

La rareté de ce vieux livre de souvenirs justifiera, nous l'espérons, notre citation quelque peu longue. Son intérêt consiste en ce que c'est la première mention faite du vin de Médoc et en ce qu'il raconte l'accueil froid qui lui fut fait à la Cour. Le Richelieu mentionné ci-dessus était le petit-neveu du grand cardinal. Pour ses services distingués à Fontenoy, il reçut le rang de maréchal et fut fait gouverneur de Guyenne et de Gascogne. Habile à gouverner, mais sans aucun principe, c'était un type de son époque décadente, et sa description des vins bordelais représente probablement les idées perverses des roués de la capitale. Si nous admettons le témoignage de Richelieu, il est quelque peu étonnant d'apprendre qu'à son époque les vins rouges du Bazadais, la limite sud-extrême du district, étaient tenus par les Bordelais eux-mêmes en plus haute estime que ceux de Médoc.

Combien d'hôtels et de restaurants dans les vieux comme dans les jeunes pays, n'ont-ils pas dû leur réputation et leur fortune à l'excellence de leur cave? Du reste, un hôtel qui néglige sa clientèle sous le rapport des vins ne saurait jamais arriver au sommet de la renommée.

Pourtant rien n'est plus facile que de s'approvisionner d'excellents vins des premiers crus de chaque pays vignoble. Pour cela, il suffit de s'adresser à une maison de confiance qui a fait un choix dans les meilleures marques.

Ce choix, la maison Laporte, Martin et Cie, Ltee l'a fait, et il suffit de se reporter à sa page d'annonces d'autre part, pour se convaincre que les hôteliers et restaurateurs n'ont aucune difficulté à se procurer les meilleurs vins de France, d'Espagne et de Portugal, vins de table et vins de liqueurs.

"LE SECRET DE MA SANTE"

Tel est le titre d'un magnifique chromo que nous venons de recevoir de la maison Boivin, Wilson et Cie. Le sujet de ce chromo est une charmante jeune fille au teint rosé, tenant d'une main une grappe de raisin et de l'autre une bouteille de Vin St-Michel, avec l'inscription: "Le Secret de ma Santé". Profitez de cet exemple, mesdames, si vous voulez avoir une bonne santé et un beau teint, prenez du "Vin St-Michel".

CHANGEZ VOS ANNONCES

"Savez-vous ce que vous éprouvez quand vous prenez un journal vieux d'un jour ou deux et qu'après l'avoir lu pendant plusieurs minutes vous vous apercevez que ce n'est pas le journal du jour", disait récemment un marchand. "N'éprouvez-vous pas de l'embarras, du désappointement et du regret pour le temps que vous avez perdu à cette lecture? J'imagine que tout le monde éprouve les mêmes sentiments que moi à ce sujet, ce qui me conduit à soutenir que personne ne lit un journal plus d'une fois—c'est-à-dire en connaissance de cause et que, lorsqu'on a lu une nouvelle, on ne désire pas la relire encore, la question ayant perdu tout son intérêt.

"Eh! bien, pourquoi la même règle ne pourrait-elle pas s'appliquer aux annonces? En réalité, elle y est appliquée par le lecteur, bien que malheureusement elle ne le soit pas toujours par l'homme le plus intéressé—l'homme qui paie l'annonce, en un mot l'annonceur lui-même.

"Un homme qui rirait à l'idée de lire et de relire le même journal, contenant toujours les mêmes articles, n'en continuera pas moins de faire insérer tous les jours dans le même journal la même annonce, sans y apporter aucun changement. Cette annonce n'est évidemment pas lue par ceux qui l'ont déjà vue et l'argent que coûte son insertion est gaspillé en pure perte."

LES IVROGNES SONT-ILS RESPONSABLES

Nos amis, les teetotalistes, ont tort, historiquement et scientifiquement, dans leur condamnation en masse de la bière du pauvre homme et du vin de l'homme riche; leur idéal d'une nation ne buvant rien que l'eau qui satisfait les animaux des champs ne peut être rien qu'un idéal de bête, heureusement impossible à atteindre. On n'aurait jamais pensé à l'abstinence totale, cette abstinence n'aurait jamais été en faveur parmi un grand nombre de gens sains d'esprit, sans le mal évident de l'ivrognerie.

Personne ne niera que l'ivrognerie est un fléau réel et public, mais, tandis que les teetotalistes cherchent à priver la population de l'alcool, dont elle a grand besoin, afin de déraciner ce vice, la grande majorité de la nation a assez de sens commun pour se rendre compte qu'un tel remède serait aussi injuste que son application pratique est impossible. C'est néanmoins le devoir, aussi bien que l'intérêt de toutes les personnes qui se livrent à notre commerce, de considérer l'ivrognerie comme une question sociale de grande importance, tous les hommes réfléchis devraient essayer de découvrir le moyen le meilleur de traiter les ivrognes

et de restreindre l'ivrognerie. Il y a, dit Ridley's Wine & Spirit, dans toutes les communautés civilisées, un certain nombre de personnes qui ne peuvent pas régler leur vie suivant les lois et coutumes du pays dans lequel elles vivent; il y a les lunatiques, à l'esprit borné, inoffensifs ou dangereux, les ivrognes habituels ou criminels. Le meurtrier peut avoir des goûts artistiques peu communs et le voleur peut posséder une grande intelligence, le maniaque religieux peut faire preuve d'un grand non-sens en matière financière et le pauvre imbécile peut être remarquablement rusé quand il s'agit de tromper la vigilance de ses amis; mais tous ont un défaut mental plus ou moins prononcé; ils sont tous nés avec un sens moral grandement diminué ou sans sens moral du tout, sans posséder le sens de contrôle sur leurs instincts et leurs passions.

On prend soin des lunatiques et des criminels, aux frais de la communauté et pour la sûreté commune de tous, mais leurs frères malheureux, les ivrognes habituels, doivent prouver qu'ils sont eux-mêmes lunatiques ou criminels avant que la loi s'abaisse à les mettre à l'écart, comme causant un scandale public, dans un établissement de réforme ou dans une prison.

Il semble qu'il y ait un manque de sens commun et de charité à employer une si grande partie du trésor public pour tenir renfermés les fous qui ne peuvent pas devenir des membres utiles de la société, tandis qu'on fait si peu pour les ivrognes habituels qui pourraient souvent s'amender s'ils étaient secourus à temps et être sauvés de la ruine finale à laquelle les condamne d'habitude la loi du pays.

Le personnel d'établissements de réforme pour les ivrognes invétérés mérite les plus hauts éloges pour son esprit d'abnégation et son habileté professionnelle, mais il n'est malheureusement que trop vrai que la peine qu'il se donne est, dans la grande majorité des cas, absolument inutile; la plupart des patients reçus dans ces établissements y sont envoyés trop tard ou bien, on ne peut pas les y maintenir un temps suffisamment long.

Toute personne qui boit à l'excès, sans commettre de crimes, ou qui peut éviter une arrestation, peut persévérer dans ses habitudes d'ivrognerie avec impunité, malgré qu'elle puisse causer le malheur tout autour d'elle et qu'elle soit responsable d'enfants dont la mentalité est infectueuse et dont la vie sera une malédiction pour eux-mêmes et un fardeau pour la communauté.

La seule possibilité de contrôle pour une telle personne dépend de la probabilité quelque peu douteuse qu'elle aura de se persuader de se conformer à l'acte de 1879—c'est-à-dire en adressant d'elle-même une requête pour être admise dans

Le Choix des Vins.

Nous représentons au Canada les Maisons les plus avantageusement connues pour la qualité et le choix de leurs Vins. Ce sont des produits garantis par des marques dont la réputation est faite et que nous offrons en toute confiance au commerce, parce qu'ils seront accueillis avec faveur par le public.

Sherry de Diez Hermanos de Jerez de la Frontera.

Ces Sherries proviennent de la plus grande Maison d'Espagne dans cette ligne ; ce sont des vins de choix, classés par des experts et dont les différents grades sont de beaucoup supérieurs à tout ce qu'il y a sur le marché. En fûts de toute grandeur et de différentes qualités et prix en conséquence.

En bouteilles, marques : **Cordon Bieu, Cordon Rouge et Cordon Vert.**

Vins de Port de la Real Campanhia Vinicola du Portugal.

Ce sont des Vins de qualité supérieure que le consommateur appréciera ; ils possèdent un bouquet exquis.

Nous les vendons en fûts de différentes grandeurs à différents prix suivant âge et qualité.

Vins de Bourgogne de la Maison Morin Père et Fils, Beaune.

Nous recommandons dans les Vins de Port en Bouteilles : Le **"Invalid's Special"** et le **"Convindo"** ce sont de très bons Vins.

Les Vins des gourmets : Secs ou Mousseux, Blancs ou Rouges, ces Vins provenant d'une des premières maisons de Beaune sont fabriqués par des experts et ne sont livrés à la consommation que lorsqu'ils sont jugés dignes de la table d'un fin dégustateur. Nous en avons différentes qualités à différents prix.

Clarets et Sauternes de la Maison Vigneau & Cambours, Bordeaux.

Le nom de la Maison Vigneau et Cambours est la garantie de l'acheteur et du consommateur, cette Maison ayant conquis une réputation universelle qu'elle entend maintenir. La Marque **"Château Maucamps" Crû de 1900**, mérite l'attention des bons acheteurs.

Champagne de la Maison Piper-Heidsieck. Champagne de l'Union Champenoise, Reims.

Le Champagne Piper-Heidsieck a fait sa marque au Canada où il est très estimé. Nous l'avons dans les qualités Sec, Brut, Très Sec, Récolte de 1900. En Splits, en Pints et en Quarts.

Champagne
Duc d'Origny—Cuvée Réservee
Champagne Cardinal—Extra Dry

Deux marques de choix.
Nous les vendons en Splits,
Pints et Quarts.

Vin Tonique "Bacchus" de la Maison Adrien Sarazin, Dijon.

Le Vin "Bacchus" est un vin tonique et apéritif dont l'âge a développé les qualités généreuses naturelles rehaussées par des extraits des meilleurs quinquinas. Il n'a pas son égal.

Vins de Madère de la Maison Blandy Bros. de Madère.

Les Vins de la maison Blandy Bros. sont avantageusement connus au Canada et très réputés parmi les amateurs, notamment les marques : "London Particular," "Special Selected" et "Very Superior" qui se vendent en bouteilles. Nous vendons également ces vins de différentes qualités en fûts de toute grandeur.

Vins de Malaga de la Maison Garrett & Cie, de Malaga.

Ce sont de grands vins dont on savoure le bouquet délicat. Nous les avons en fûts de différentes grandeurs, qualités et prix. Nous avons aussi le MUSCATEL de la même maison—un vin extra—que nous vendons en fûts de toute contenance. Différentes qualités, prix suivant qualités.

Le Malaga en bouteilles. Etiquette blanche et Etiquette Bleue est un vin riche et savoureux qui se recommande par sa qualité et qui se vend bien.

VINS de MESSE.

Nous offrons, dans cette ligne, des vins de choix, classés sous trois marques très favorablement accueillies : "Vatican", "Sanctuaire" et "Colli". Ce sont des Vins conditionnés avec les plus grands soins et qui donnent toujours pleine satisfaction.

Pour toutes informations, cotations etc., écrivez, téléphonez ou télégraphiez à

LAPORTE, MARTIN & CIE, LIMITEE

Epicerie, Vins, Eaux-de-Vie et Liqueurs en Gros.

MONTREAL.

une maison de retraite. La loi existant dans le pays n'est applicable d'un côté qu'aux quelques ivrognes qui se rendent compte de leur position et qui consentent à se soumettre à la contrainte et, d'un autre côté, à ceux qui sont devenus criminels, fous ou plus ou moins dégradés. On n'a absolument rien prévu pour le corps principal de l'armée des ivrognes habituels. Il se compose des personnes dont la mentalité est défectueuse et qui sont incapables de contrôler leurs instincts, leurs passions ou leurs habitudes et qui sont responsables de l'encombrement des asiles et d'une grande partie du paupérisme actuel.

Rien n'est plus injuste que l'attitude non compromettante et quelque peu vindicative prise contre les ivrognes et que l'on rencontre trop souvent chez des personnes charitable sous d'autres rapports et animées d'un esprit bienveillant. Le sentiment public s'intéresse relativement avec facilité à l'épileptique, au phthisique, au fou, au malade ou à l'orphelin; même quand on a affaire à des criminels, on fait tous les efforts pour tempérer son châtement au moyen d'un traitement affable. Quant à l'ivrogne, il semble qu'il en soit différent, l'indulgence et la philanthropie font place au dégoût, au refus d'aide et à la dégradation progressive. Si, dans sa condition impuissante, l'ivrogne est trouvé dans la rue, il est jeté en prison et relâché sans qu'il ait une demeure ou sans qu'on en prenne soin, uniquement pour retomber entre les mains de la police, après une nouvelle offense. Ce n'est l'affaire de personne de s'occuper de lui et, en conséquence, personne ne s'en occupe. Le public continue à regarder l'ivrogne habituel comme la victime volontaire d'un vice au lieu de le regarder comme une créature moralement irresponsable qui, abandonnée à elle-même doit devenir un criminel, un luna-tique ou un mendiant, si la mort bienveillante ne coupe pas court à son existence misérable.

Personne ne peut mettre en doute l'irresponsabilité de l'ivrogne habituel, après avoir parcouru le rapport de 1906 des commissaires des prisons, où nous lisons ce qui suit: "Quels que soient les enseignements que notre expérience avec cette classe d'ivrognes (tels que ceux qui sont envoyés aux établissements de réforme de l'Etat), nous ait fournis, elle nous a au moins fourni une preuve claire du lien qui existe entre l'incapacité mentale et l'ivrognerie habituelle. Il n'y a peut-être pas une femme dans Aylesbury qui soit ivrognesse par vice pur; en réalité, toutes ces femmes sont ivrognesses à cause du faible développement de leur mentalité. Le médecin de Warwick appuie cette théorie fortement en ce qui concerne les hommes, en classant dans son rapport courant au moins dix personnes sur onze

admises dans ces établissements, comme étant d'une capacité mentale faible. Le type de la plupart des habitués des établissements de réforme de l'Etat est un type de haute imbécillité, et toutes les difficultés qui surgissent quand ces gens sont en détention ou en liberté proviennent d'une condition d'irritabilité morbide conduisant, sur la moindre provocation, à une folie furieuse, irresponsable et maniaque, pendant laquelle des dommages très sérieux peuvent être infligés aux personnes ou à la propriété. La même condition de folie furieuse peut en tout temps être produite, même par une petite quantité de boisson. Mettant de côté, pour le moment, toutes les autres questions de police, plus je connais intimement de ces cas, plus ma conviction devient définie que, pour la sûreté publique seule, de telles personnes devraient être mises sous un contrôle permanent. Telle que la loi est faite, la libération doit suivre le terme de la sentence, bien qu'on sache que la liberté est suivie du plus grand danger possible. Prenons par exemple le cas d'une femme qui est maintenant détenue à Aylesbury. Elle a environ trente-trois ans et elle a été reconnue coupable de délits plus de 60 fois, délits occasionnés apparemment par son état d'ébriété et parmi lesquels sont de nombreux assauts sérieux sur la police et d'autres personnes. Pendant les onze dernières années (132 mois) elle a passé environ 56 mois en prison, 32 dans divers asiles, 20 dans des établissements de réforme pour les ivrognes, 5 dans les "workhouses" et les 19 mois restant, en liberté. Je suis convaincu que le dernier nombre pourrait être encore réduit si on pouvait obtenir des renseignements concernant certaines périodes de sa vie qui restent dans l'obscurité. Elle va maintenant être libérée et est, en ce moment, tranquille et responsable. Il serait difficile d'affirmer qu'elle est luna-tique et tout surintendant d'un asile ordinaire la renverrait probablement immédiatement, comme ayant l'esprit trop sain pour être détenue dans un tel asile; la libération, au terme de sa relégation, d'après l'acte sur les ivrognes, ne peut donc pas être évitée. Cette femme doit avoir une absolue liberté, malgré qu'on sache qu'un verre de liqueur qu'elle obtiendra à la première occasion, causera

certainement un changement complet dans son état et, en conséquence, un danger pour toute personne qui se trouvera dans son voisinage immédiat.

Cette opinion que la majorité des ivrognes sont irresponsables, est entièrement appuyée par le Docteur R. Welsh Branthwaite, H. M., inspecteur d'après l'acte sur les ivrognes, dont la connaissance des établissements de réforme et de leurs clients est probablement plus étendue que celle de tout autre Anglais. Les statistiques établies par le Docteur Branthwaite indiquent que 17 p. c. du nombre total des personnes admises aux établissements de réforme en 1905, étaient déclarées comme folles et envoyées aux asiles des établissements de réforme ou aux endroits où on détient les imbéciles, les aliénés et les dégénérés. 45.7 p. c. avaient des défauts d'esprit, mais à un degré moins marqué; c'étaient des excén-triques, des idiots, des gens à l'esprit lent, des vieillards séniles ou des personnes sujettes à des paroxysmes périodiques d'humeur que l'on ne pouvait pas gouverner. Toutes ces pauvres créatures arrivaient aux établissements de réforme après avoir passé quelque temps en prison. Il est certain que la grande majorité des pensionnaires de la pire espèce était, soit des fous réels au moment de leur comparution en cour, soit dans un état frisant la folie; la maladie mentale était réellement la condition pour laquelle ces gens étaient emprisonnés à plusieurs reprises, maladie mentale causée par des excès alcooliques. La conclusion à laquelle arrive le docteur Branthwaite est des plus intéressantes et mérite d'être reproduite ici: "L'expérience ordinaire indique que la maladie mentale, dans certains cas, peut être due à la dégénérescence des tissus produite par un alcoolisme persistant, à des convulsions répétées, prenant la forme d'alcoolisme épileptique et à des attaques renouvelées de delirium tremens ou à un choc sur le système nerveux provenant de la suppression soudaine de l'alcool qui accompagne chaque condamnation à la prison, mais, malgré cela, je suis assuré que la majorité de nos ivrognes fous sont devenus alcooliques à cause d'un défaut congénital ou tendance à la folie; ils ne sont pas devenus fous par suite d'alcoolisme, et l'ivrognerie qui a précédé la folie était simplement l'annonce, le seul signe évident d'un désordre mental à ses débuts. Par rapport à la folie finale, l'ivrogne, dans de tels cas, intensifie peut-être la maladie plutôt qu'elle n'en est la cause. Quoiqu'il en soit, il est moralement certain qu'on aurait pu empêcher beaucoup de ces luna-tiques de devenir fous si on en avait pris soin, si on les avait traités convenablement au début de leur carrière. Dans les cas de folie dus

VINS ET EAUX-DE-VIE

DES CHARENTES

Gaston Dugas & Cie,

Propriétaires-Distillateurs

MATHA, - pres Cognac.

Lalonde & Desroches, Agents,

210, rue St-Paul, Montreal.



LOUIS ROEDERER

CHAMPAGNE

LE VIN DES CONNAISSEURS

LE VIN DE L'AMATEUR "EXTRA DRY"
 LE VIN DU "CLUBMAN" "GRAND VIN SEC"
 LE VIN DES DAMES "CARTE BLANCHE" (Sucre)

La maison LOUIS ROEDERER occupe la première place parmi les producteurs de Vins de Champagne, tant par la haute qualité que par la finesse de ses vins.

L'Angleterre, l'Allemagne et les Etats-Unis absorbent la plus grande partie des vins de LOUIS ROEDERER.

Ce n'est pas avec une réclame forcée que LOUIS ROEDERER a établi sa réputation en Europe et dans tous les pays. A force de travail, et entourée d'hommes intelligents et connaissant à fond la culture de la vigne, la maison LOUIS ROEDERER a eu le plaisir de savoir et de constater que ses vins étaient toujours à la tête.



V. FOURNIER & CIE.

CHATEAUNEUF, Cognac, France.

COGNACS DE CHOIX

C'est la haute qualité de ses fameux Brandies qui a fait la réputation de la maison V. FOURNIER & CIE. dans toutes les parties du monde.

MM. V. FOURNIER & Cie sont propriétaires de grandes vignobles qui leur permettent d'établir des types de COGNAC que rechercheront les amateurs de produits fins, mûris par l'âge, et d'un arôme qui plaît aux palais délicats. Nous avons différentes qualités.

LE COGNAC ORDINAIRE, 7 ans d'âge; un profit recommandé.
LE COGNAC MEDICINAL, une marque supérieure.
LE COGNAC DE 20 ANS, une liqueur de grand choix.
LA FINE CHAMPAGNE, qui indique le Cognac des gourmets.

Ces deux marques sont vendues partout, dans les Hotels, Clubs et Cafés.

POUR INFORMATIONS ET ECHANTILLONS, ADRESSEZ-VOUS A

L. CHAPUT, FILS & CIE.

Agents Distributeurs

2, 4, 6 & 8 rue DeBresoles,

MONTREAL.

au changement dans les tissus du cerveau, la dégénérescence ne se serait pas produite et, dans les cas où un commencement d'un désordre du cerveau est apparemment à blâmer, un développement actif de ce désordre aurait pu ne pas survenir".

Il y a quantité d'ouvrage et de bon ouvrage à faire dans la direction indiquée ici. Les abstinents et les non abstinents devraient réunir leurs efforts pour sauver les soid-isants ivrognes avant que leur condition soit devenue irrémédiable. Tous les individus à l'esprit faible devraient être teetotalistes, mais il serait mieux et plus facile d'éloigner d'eux la tentation de boire que de priver toute la population d'alcool, en raison des membres défectueux qu'elle possède. L'alcool n'est pas plus à blâmer pour l'ivrognerie que la religion n'est à blâmer pour la manie religieuse et les horreurs qui ont été commises au cours des persécutions fanatiques les plus cruelles. Un homme normalement constitué ne deviendra jamais un ivrogne parce qu'il boit de l'alcool, ni un maniaque religieux parce qu'il a étudié la religion, tandis que l'intelligence de l'individu faible d'esprit sera probablement vaincue et s'effondrera par une excitation ou une émotion prolongée, que cette excitation soit causée par l'alcool, la religion ou l'amour de l'argent.

Ces faits devraient nous rendre beaucoup plus indulgents que nous ne sommes envers l'ivrogne irresponsable, dont l'Etat devrait prendre soin avant qu'on le force à le faire, parce que l'individu sera devenu criminel, lunatique ou dénué de ressources.

Vins de choix

Nous publions dans ce numéro une liste de vins que les marchands consulteront avec avantage. Ces vins sont des plus recommandables pour leur bouquet et leur qualité supérieure. La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, Montréal, a réussi à s'assurer les agences des maisons les plus renommées dans les lignes des Sherries, Ports, Bourgognes, Clarets, Sauternes, Champagnes, Vins de Madère, Vins de Malaga, Vin Tonique.

Ces Vins se vendent en bouteilles ou en fûts de différentes contenances; leurs qualités et leurs prix sont variés.

Demandez des prix à la maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, vous y trouverez votre compte.

Les hôteliers et les embouteilleurs trouveront chez MM. S. H. Ewing & Sons, importateurs et manufacturiers, tout ce qu'il faut pour l'embouteillage de la bière, des vins et des liqueurs; c'est-à-dire bouchons coupés à la main et à la machine, capsules, broche, feuilles d'étain, etc.

Voir l'annonce de cette maison d'autre part.

Si un homme réfléchi ne peut pas trouver quelque satisfaction dans son commerce, il ferait mieux de se chercher quelque autre occupation.

FORCE CUMULATIVE DE LA PUBLICITE

"C'est la force cumulative de la publicité qui rapporte des profits". Voilà les paroles d'un homme employé comme gérant de la publicité dans une grande maison de commerce.

"Comme le bien que les hommes font, plus on fait de publicité, mieux cela vaut —sa force, telle la boule de neige, est cumulative. La qualité d'homme inconnu n'est pas toujours, n'inspire pas toujours la défiance; mais toujours l'homme bien connu a un grand avantage sur d'autres qui ne le sont pas du tout ou qui le sont peu. La publicité est une présentation qui ne manque jamais son but, et si on y persiste, elle fait naître un sentiment de connaissance, un sentiment qui remplit le même but qu'une connaissance de longue date."

La publicité aide à faire des clients de personnes complètement étrangère. La publicité ne retient pas la clientèle, bien entendu; c'est le rôle de la qualité des marchandises et du service du magasin. Mais elle attire de nouveaux clients, et si elle ne sert qu'à cela, sa raison d'être est justifiée.

Personne ne peut déterminer avec précision les résultats ultimes de la publicité—comme le disent les propriétaires de certains remèdes: "Cela fait son effet pendant que vous dormez." Le nom du vendeur et celui de l'objet à vendre sont gravés d'une manière ineffaçable dans l'esprit de l'acheteur et il en résulte un sentiment de familiarité et de confiance dont l'influence ne peut être égalée par rien autre qu'une connaissance réelle.

En outre l'époque à laquelle nous vivons est, d'un consentement commun, une époque où la publicité est reconnue presque universellement comme la mesure nécessaire d'une réputation commerciale sans laquelle quiconque ayant quelque chose à vendre ne peut prétendre à la confiance ou au patronage des acheteurs.

CE QUI ATTIRE LA CLIENTELE

L'art d'attirer la clientèle est le secret du succès, et cet art ne consiste pas seulement à avoir un magasin bien situé, bien agencé et toujours rempli de marchandises attrayantes. La manière dont se comporte le personnel du magasin vis-à-vis des clients est un facteur d'une importance vitale dans la réussite du propriétaire de ce magasin.

Il est bon de se rappeler, quel que soit le commerce que l'on fait, que les clients sont souvent influencés par des considérations tout à fait étrangères à la qualité des marchandises qui leur sont offertes. Cela ne veut pas dire qu'ils sont entièrement persuadés par d'autres considérations que celle-là; mais on peut déclarer, sans crainte de se tromper, que la disposition d'esprit qui porte un client à faire des achats dépend, pour les neuf-dixièmes des acheteurs, de la manière dont le vendeur s'adresse au début à ce client.

Quelle est l'influence qui peut avoir agi pour conduire le client au magasin, c'est une question. Ce peut être la publicité, un besoin ou la curiosité. Dans nombre de cas, les clients sont guidés par une annonce qu'ils peuvent avoir lue. Une personne qui désire se procurer ce qui lui est nécessaire, va au magasin où elle pense être mieux servie qu'ailleurs. Elle en emporte une certaine impression de la manière dont elle a été reçue et cette impression l'engage à revenir à ce même magasin quand elle a besoin de nouveau des marchandises qui y sont vendues.

Les vins clarets et les sauternes de la maison Vigneau et Cambours, de Bordeaux, sont ceux qui conviennent aux hôteliers et aux restaurateurs qui veulent augmenter leurs ventes de vins de table et, par conséquent, leurs profits. Si on ne vendait jamais que des vins purs et d'une qualité indiscutable comme le sont ceux de cette marque, la consommation des vins augmenterait largement au Canada à l'avantage du public et au profit des pourvoyeurs du public.

La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, représente au Canada la maison Vigneau et Cambours.

S. H. Ewing & Sons, Importateurs et
Manufacturiers de

BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de
broche d'embouteilleurs, d'Étain en feuilles,
de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522

== VENDEZ LE ==

GIN DE BURNETT

"LE LONDON DRY ORIGINAL,"

== Absolument le plus Fin! ==

J. M. Douglas & Co., Seuls Agents au Canada. Montréal.

— DISTILLATEUR DE —

JOSEPH E. SEAGRAM, Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

"Old Times," "White Wheat," "No 83 Rye," "Star Rye."

MEAGHER BROS. & CO., Montreal, Agents.



LES MEILLEURS

BREUVAGES DE MALT :

Tous les consommateurs
critiques l'admettent.

ALE ET PORTER DE LABATT

IL VAUT MIEUX, DANS L'INTÉRÊT DE VOTRE
COMMERCE, NE TENIR QU'UNE SEULE
MARQUE (ET LA MEILLEURE) QUE D'ESSAYER
DE TENIR EN STOCK QUATRE OU CINQ MAR-
QUES, DONT AUCUNE NE DONNE RÉELLEMENT
SATISFACTION À VOS CLIENTS.

LES

Labatt's

SONT LES MEILLEURS



La Compagnie
de
Publications Commerciales

EDITEURS, IMPRIMEURS
RELIEURS, REGLEURS
ETC., ETC.

Travaux en Noir et en Couleur
Soignés
et
Exécutés promptement.

LA CIE DE PUBLICATIONS COMMERCIALES
DEPARTEMENT DE L'IMPRESSION
MONTREAL.



NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE		La cse
Ed. Pernod (3)	14.50
Gemp. Pernod (14)	13.50
Pernod Fils (12)	15.00

AMERS		
Amer Picon (12)	11.00
L. C. F. C. (1)	La cse
Jamaica	pts. 5.50
Celery	pts. 5.50

APERITIFS		
Bacchus (2)	La cse
12 Bouteilles	10.00
Dubonnet (1)	La cse
Litres	10.00
Tôt (14)	7.50

BIERES		
Bass' (4)	qts. pts.
E. & J. Burke's Bottling	2.65 1.65
Bass' (2)	qts. pts.
Daukes' & Co.	2.40 1.55
Bass' (4)	qts. pts.
C. G. Hibbert's Bottling	2.65 1.65
Bass' (3)	qts. pts.
Read Bros. Dog's Head	2.60 1.70
Bass' (14)	qts. pts.
Monkey Brand	2.60 1.70
Monkey Brand, Nips	\$1.15

Bass' (6)	qts. pts.
Boar's Head	2.65 1.65
Bass & Co. (6)	In wood.
Hhds	40.00
Bbbs	28.25
India Pale, Kilderkins	15.50
India Pale, Firkin	8.90
Machen & Hudson (5)	qts. pts.
Marque "Beaver"	2.50 1.55
Pabst (1)	Pints
Export, 10 doz.	12.75
Blue Ribbon, 10 doz.	13.75
Tennants (6)	2.50 1.65

BIGARREAUX		
L. A. Price (1)	qts. pts.
Bigarreaux au Marasquin	8.00 9.90
Teysonneau (12)	
Bigarreaux au Marasquin	10.00 6.00

BOURGOGNES BLANCS		
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.
Chablis	8.00 9.00
Chablis, 1889	11.75
J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.
Chablis	11.50 12.50

F. Chauvenet (15)	
Montrachet [marq. Guiche]	20.00	10.00
Chablis Supérieur	7.25 8.25
C. Marey & Liger-Bélair (4)	qts. pts.
Chablis	8.50 9.50
Morin, Père & Fils (2)	qts. pts.
Chablis, 1898	7.50 8.50
Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.
Chablis	8.00 9.00

BOURGOGNES MOUSSEUX		
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.
Bourgogne Mousseux	14.00 15.50
Beaune	16.00 17.00
Nuits	18.00 19.00
Chambertin	22.00 23.50

F. Chauvenet (15)	qts. pts.
"White Cap" (Ultra Sec)	22.00 24.00
"Pink Cap" (Vin des Dames)	22.00 24.00
"Red Cap" (Extra Sec)	21.00 23.00

C. Marey & Liger-Bélair (4)	qts. pts.
Nuits — rouge	17.00 18.50
Morin, Père & Fils (2)	qts. pts.
Sec-Mousseux	12.50 13.50

BOURGOGNES ROUGES		
Bouchard, Père & Fils (12)	qts. pts.
Macon	6.50 7.50
Beaujolais	8.00 9.00
Beaune	8.00 9.00
"Club"	7.00 8.00
Pommard	9.00 10.00
Nuits	11.00 13.50
Chambertin	16.00 17.00
Clos de Vougeot	20.00 21.00

J. Calvet & Cie (6)	qts. pts.
Beaune	1889 .. 9.00 10.00
Pommard	1887 .. 11.50 12.50
Volnay	1889 .. 13.75 14.75
Chambertin	1887 .. 18.00 19.00
F. Chauvenet (15)	qts. pts.
Clos-de-Vougeot	25.50 26.50
Chambertin	18.50 19.50
Romanée	18.50 19.50
Corton [Clos-du-Roi]	15.50 16.50
Nuits	13.00 14.00
Volnay	12.50 13.50
Pommard	11.50 12.50
Beaune	10.00 11.00

Moulin-à-Vent, Macon vieux	
Supérieur	9.00 10.00
Beaujolais	7.00 8.00
Macon [Cholix]	6.50 7.50

A. Lalande & Cie (5)	qts. pts.
Macon	4.40 5.40
Beaujolais	5.00 6.00
Beaune	6.00 7.00
Pommard	6.60 7.60

C. Marey & Liger-Bélair (4)	qts. pts.
Beaujolais	6.25 7.25
Macon	6.50 7.50
Beaune	6.75 7.75
Pommard	8.50 9.50
Nuits	13.00 14.00
Chambertin	16.50 17.50

Morin, Père & Fils (2)	qts. pts.
Macon, 1898	5.00 6.00
Beaune, 1898	6.50 7.50
Pommard, 1898	7.00 8.00
Nuits, 1878	8.50 9.50

Frédéric Mugnier (3)	qts. pts.
Beaujolais	6.00 7.00
Macon	6.50 7.50
Beaune	7.00 8.00
Pommard	8.50 9.50
Nuits	10.50 11.50
Chambertin	15.00 16.00

CHAMPAGNES		
C. A. Cardinal (2)	qts. pts. splits
Extra Dry	12.50 13.50 14.50
Victor Clicquot (10)	qts. pts.
Extra Dry & Brut	28.00 30.00
Fleur de Sillery	20.00 22.00
Maréchal, Comte d'Erlon	13.00 15.00

Duc de Montlouis (1)	qts. pts.
Cuvée Réservee	10.00 11.50
Carte Noire	12.50 13.50
Carte D'or	14.00 15.00

Duc d'Origny (2)	qts. pts. splits
Cuvée réservée	17.00 18.00 19.00
Louis Duvau (5)	13.50 15.00
Gratien & Meyer (14)	qts. pts.
Caisses ou paniers	13.00 14.00

Heidsieck & Co. (5)	
Dry Monopole	31.00 33.00
Edmond Massé & Fils (19)	qts. pts.
Carte Noire	10.00
Carte Blanche	14.00
Carte Or	20.00

Mcët & Chandon (7)	qts. pts.
White Seal	28.00 30.00
Brut Imperial	31.00 33.00
G. H. Mumm & Co. (6)	qts. pts.
Extra Dry	28.00 30.00

Selected Brut	31.00 33.00
Selected Brut, 1898	32.00 34.00
Selected Brut, 1895	38.00 40.00
Extra Dry, paniers 1 doz.	1/4 B.	8.50
Extra Dry, paniers 2 doz.	1/4 B.	17.00

Piper-Heidsieck (2)	qts. pts. splits
Sec	28.00 30.00 32.00
Brut	30.00 32.00 34.00
Cuvée 1900, très sec	30.00 32.00 34.00
Escompte de commerce	10%	

Louis Roederer (1)	qts. pts.
Grand Vin sec	28.00 30.00
Vin Extra sec	28.00 30.00
Brut spécial Cuvée	30.00 32.00
Ve Pommery, Fils & Cie (12)	qts. pts.
Sec, ou Extra Sec	28.00 30.00
Brut [vin naturel]	30.00 32.00

CLARETS		
Barton & Guestier (4)	qts. pts.
Floirac	5.00 6.00
Medoc	5.25 6.25
Margaux	5.50 6.50
St-Julien	6.00 7.00
Batailley	9.50 10.50
Pontet Canet	11.00 12.00
Château Leoville	20.00 21.00
Château Larose	20.00 21.00
Château Margaux	24.00 25.00
Château Lafitte	24.00 25.00

Bordeaux Claret Co. (14)	qts. pts.
Côtes	2.50 3.50
Bon Paysan	2.60 3.60
Bon Bourgeois	3.00 4.00
St-Julien	3.50 4.50
Montferrand	4.00 5.00
Château Brûlé	5.00 6.00
St-Estèphe	6.00 7.00
Pontet Canet	8.00 9.00

J. Calvet & Co. (6)	qts. pts.
St-Vincent	3.50 4.50
Medoc	4.50 5.50
Floirac	5.00 6.00
Margaux	5.50 6.50
Château Lascombe (1)	qts. pts.
Margaux	2.25 3.00

Faure Frère (3)	qts. pts.
Bon Bourgeois	3.00 4.00
Côtes	3.50 4.50
Bon-Ton	4.00 5.00
St-Emilion	4.50 5.50
Ch. Dugay	6.00 7.00
Floirac	4.50 5.50
Medoc	5.00 6.00
Margaux	5.50 6.50
St-Julien	6.00 7.00
Pontet Canet	9.00 10.00
Château Gruaud Larose	12.00 13.00
Côtes	le gallon. 1.00

Galibert & Varon (10)	qts. pts.
Medoc	4.00 5.00
St-Emilion	5.00 6.00
St-Estèphe	6.00 7.00
Pauillac	7.00 8.00
St-Julien, Margaux	8.00 9.00

L. Gaudin & Cie (1)	qts. pts.
St-Julien	2.50 3.00
St-Estèphe	3.00 3.50

Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts. pts.
Ordinaire	4.00 5.00
Château Chamfleuri	4.00 5.00
St-Loubes	4.75 5.75
"Club"	5.00 6.00
Medoc	5.50 6.50
Margaux	5.75 6.75
St-Julien	6.00 7.00
St-Estèphe	7.00 8.00
Château Dauzac	9.50 10.50
Pontet Canet	11.00 12.00
Margaux Supérieur	11.00 12.00

Château Beaucallou..	15.00	16.00
Château Leoville ..	19.00	20.00
Château Larose ..	19.00	20.00
Château Margaux..	21.00	22.00
Château Lafitte..	22.00	23.00

A. Lalande & Cie (5)	qts.	pts.
1893 Medoc...	4.40	5.40
1890 Floirac...	4.40	5.40
1889 St-Julien...	4.80	5.80
1893 St-Emilion..	5.20	6.20
1890 St-Estephe..	5.20	6.20
1889 Château Pontet Canet..	6.80	7.80
1889 Château Leoville..	11.00	12.00
1889 Château Lafitte...	14.00	15.00

F. Lemonde & Cie (13)	1 cse	5 csces
Pas Pour Rire ..	10.00	9.50
N'Importe Quoi (Litre) ..	10.00	9.50
Léon Pinaud (4)	qts.	pts.
St-Julien ..	2.50	3.50
G. Pradel et Cie. Medoc (2)...	2.75	3.25
P. Vernot. St-Julien (2) ..	2.75	3.25
Vigneau & Cambours (2)	qts.	pts.
Château Berges ..	3.50	4.00
St-Estèphe ..	4.50	5.50
St-Julien ..	5.00	6.00
Pontet Canet ..	7.50	8.50
Château Maucamps ..	10.00	12.00
Mouton Rothschilds ..	17.00	18.00

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co. (14)	La cse
Manhattan, Martini, Tom Gin,	
Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	
rican...	9.50
G. F. Heublein Bros. "Club" (5)	
Manhattan, Martini, Whiskey,	
Vermouth, Old Tom, ou assortis.	12.75
D. McManamy & Co.'s (18)	La cse
"Saratoga" Manhattan Club Whis-	
key Brandy, Holland Gin ..	8.25

COGNACS

Bisquit, Dubouché & Cie (5)	La cse
★ ..	qt. 9.50
10 years old...	qt. 12.25
Old Liqueur. .. 20 years old,	qt. 16.00
V. V. S. O. P.. 55 years old,	qt. 45.00
Au gallon...	4.10 à 10.00
J. Borianne (3)	La cse
X X X ..	7.50
Au gallon...	3.75 @ 4.75
Jos. Brémond & Co. (14)	La cse
★★★ ..	quarts 5.50
★★★ ..	flasks 6.50
★★★ ..	½ flasks 7.50
Boulestin & Cie (1)	1 cse 5 csces
★★★ ..	qts. 10.50 10.25
★ ..	qts. 12.00 11.75
★ Fluted ..	qts. 12.00 11.75
★ Fluted ..	pts. 13.00 12.75
★ Fluted ..	24 flasks 13.00 12.75
★★★ ..	qts. 15.00 14.75
V. S. O. P. ..	qts. 20.00 19.50
V. V. S. O. P. ..	qts. 28.00 27.50
1846 ..	qts. 45.00

Boutelleau, Fils (14)	La cse
V. S. O. P. 1858 ..	qt. 18.00
Doctor's Special..	qt. 11.00
V. O. 1875 ..	qt. 13.50
V. V. S. O. P. 1820 ..	qt. 30.00

Carlat & Co. (14)	La cse
Quarts ..	6.50
Pints ..	7.50

Jules Coadon & Co. (6)	La cse
12 quarts..	8.00
24 flasks ..	9.90
Au gallon ..	3.90 @ 4.50

Cognac Distillers Association (14)	La cse
★★★ ..	vieux.. 9.00
V. O.	12 ans.. 12.00
V. S. O. P.	20 ans.. 15.00
X. S. O.	1858.. 23.00
	au gal
3 grapes ..	vieux . 3.75 à 4.00
V. O.	3.95 à 4.15

Comandon & Co. (6)	La cse
Special ..	9.50
Reserve extra ..	10.50
Réserve 1878 ..	12.50
★★ et X. O.	15.00
V. S. O. P.	16.50
Au gallon ..	4.50 7.50

Chs Couturier & Cie (2)	La cse
★★★ ..	7.50
Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks,	
et 1-2 Flasks à avance ordinaire.	

	Au gal.
Quarts, Casks, etc. ..	3.80 à 4.00
D'Angely (3)	La cse
XXX.....	6.50

Dervos & Cie (1)	1 se 5 csces
Quarts..	8.00 7.75
Pints....	9.00 8.75
24 flasks n. c.	9.00 8.75

Gaston Dugas & Cie (19)	La cse
Etiquette Blanche ..	8.50
Etiquette Bleu ..	9.00
Naturel ..	10.00
20 ans ..	13.00

Gaston Dugas & Cie (19)	1e Gal.
1 grappe ..	3.65
2 grappes ..	3.75
3 grappes ..	3.35

M. Durand & Cie (1)	La cse
★★★ ..	Qts. 5.50
★★★ ..	Pts. 6.50
★★★ ..	¼ B. 7.90
16 flasks ..	1.50
24 flasks n. c.	6.00
32 flasks ..	6.75
48 1-2 flasks n. c.	7.00
Par 5 csces, 25c. de moins.	

Evariste Dupont & Cie (13)	1 cse 5 csces
Cognac Spécial ..	15.00 14.00

Alexis Fournier (13)	1 cse 5 csces
Cognac ★ ..	8.00 7.50
Cognac ★★ ..	9.00 8.50
Cognac ★★★ ..	10.00 9.50

	Au Gall.
Cognac (Proof) 3 ans ..	4.00
Cognac (Proof) 4 ans ..	4.50
Cognac (Proof) 8 ans ..	6.50
Cognac (Proof) 10 ans ..	7.90

Lucien Foucauld & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.50
3 Etoiles. 12 Bout.	12.50
"Crown Liqueur" ..	14.00
V. O., 15 ans d'âge ..	16.50
Medico Tonic ..	18.00
V. S. O., 20 ans d'âge ..	20.00
V. S. O. P., 25 ans d'âge ..	24.00
V. V. S. O. P., 30 ans d'âge ..	28.00
1847 ..	45.00

P. Frapin & Cie (3)	La cse
★ ..	qt. 9.50
Medical..	qt. 10.50
20 years old.	qt. 13.00
25 years old.	qt. 16.00
30 years old.	qt. 19.00
Au gallon..	4.00 @ 7.00

Fromy & Rogee (6)	La cse
Medical Reserve ..	10.00
Medical Reserve ,V.O.	12.50

Gonzalez, Staub & Cie (1)	La cse
Quarts ..	9.00
Pints ..	10.00
24 Flasks ..	10.00
48 Flasks ..	10.00
1 Etoile ..	Qts. 11.50
3 Etoiles ..	Qts. 14.00
V. S. O.	Qts. 16.50
V. S. O. P.	Qts. 18.25

Jas. Hennessy & Co. (9)	qts. pts.
★ ..	13.00 14.00
★★★ ..	16.00
V. O.	17.25
S. O.	25.00
X. O.	35.00
X. S. O.	45.00
Extra.....	60.00

Jimenez & Lamothe (14)	La cse
★★★ ..	qt. 11.00
V. S. O. P.	qt. 15.00
1890 Muscatel ..	qt. 16.00
1865 Liqueur ..	qt. 18.00
Au gallon..	4.25 à 4.50

G. Lafon & Cie (13)	1 se 5 csces
Cognac ..	8.50 8.00
Cognac ★ ..	9.00 8.50
Cognac ★★ ..	10.00 9.50
Cognac ★★★ ..	12.00 11.50
Cognac 15 ans ..	18.00 17.00
Cognac No 1, 24 Flasks ..	7.50 7.00
Cognac No 1, 32 Flasks ..	8.00 7.50
Cognac No 1, 48 Flasks ..	8.50 8.00

	Au Gall.
Cognac (Proof) 3 ans ..	3.50
Cognac (Proof) 4 ans ..	4.00
Cognac (Proof) 8 ans ..	6.00
Cognac (Proof) 10 ans ..	6.50

Lagrange & Co. (14)	La cse
V. O.	qts. 7.00
V. O.	flasks 8.00
V. O.	½ flasks 9.00

F. Marion & Cie (2)	La cse
★★★ ..	Qts. 6.00
Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks,	
Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.	

	Au gal.
Quarts, Casks, etc. ..	3.40 à 3.75

Martell & Co. (4)	La cse
Une Etoile..	qt. 12.75
3 Etoiles....	qt. 16.00
V. O.	qt. 17.25
V. S. O. P.	qt. 18.75
V. V. S. O. P.	qt. 38.00

Jacques Nicot & Cie (10)	La cse
1 Etoile. 12 Bout.	9.00
2 Etoiles. 12 Bout.	10.00
3 Etoiles. 12 Bout.	11.50
V. O. 12 Bout.	12.00
V. S. O. 12 Bout.	13.00
V. S. O. P. 12 Bout.	14.00
Réserve 1870. 12 Bout.	16.00
Réserve 1865. 12 Bout.	17.00
Réserve 1858. 12 Bout.	18.00
Pour ordres d'importations d'au moins	
30 caisses, s'adresser aux agents.	

Otard, Dupuy & Cie (15)	La cse
Spécial..	qts..... 9.50
Une étoile..	qts..... 12.00
Deux étoiles..	qts..... 14.00
Trois étoiles..	qts..... 16.00
V. S. O. P.	qts..... 17.50

Parville et Cie (2)	La cse
★★★ ..	12s. qts. 5.00
★★★ Flasks ..	6.00
★★★ 1-2 Flasks ..	7.00

V. Pinot & Cie (1)	La cse
★★★ ..	qts. 6.00
★★★ ..	pts. 7.00
★★★ ..	¼ botl. 7.50
V. O.	qts. 7.00
V. O.	pts. 8.00
16 flasks ..	7.00
24 flasks n. c.	6.75
32 flasks ..	7.25
48 1-2 flasks n. c.	7.50
Par 5 csces, 25c. de moins.	

C. Pluchon & Cie (1)	1 cse 5 csces
Quarts ..	7.25 7.00

E. Puet (3)	La cse
★ ..	qts..... 9.50
Au gallon..	4.00 @ 7.00

Quantin & Co. (6)	La cse
★★★ ..	qts..... 9.50
Au gallon ..	4.25 @ 5.50

Régnier & Cie (14)	La cse
★★★ ..	qts. 5.50
★★★ ..	Flasks 6.50
★★★ ..	½ Flasks 7.50

J. Rémy (3)	La cse
Quarts....	6.50
Flasks ..	7.50
1-2 flasks ..	8.50

Renault & Cie (12)	La cse
★	qts..... 10.00
V. O.	qts..... 12.00
3 étoiles S. V. O.	qts..... 15.00
V. S. O. P.	qts..... 21.00
Club.....	qts..... 18.00
50 Years Old.....	qts..... 40.00
Au gallon.....	4.00 @ 10.00
P. H. Richard (2)	La cse
S. O.....	qts..... 22.50
20 ans flutes	qts..... 17.50
V. S. O. P.	qts..... 12.25
V. S. O. P.	1-2 pts..... 14.25
V. S. O.	qts..... 10.50
V. O.	qts..... 9.00
V. O.	pts..... 10.00
V. O.	1-2 pts..... 11.00
V. O.	Flasks..... 10.00
Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.	

Richard	3.40 à 6.00
John Robertson & Sons, Ltd. (7)	La cse
Denis Mounie et Cie	11.50
Clouret & Co.	10.50
Jules Robin & Cie. (4)	La cse
Quarts.....	9.50
24 Flasks.....	10.00
Sazerac de Forge & Fils (9)	La cse
Quarts.....	9.50
Flasks.....	10.25
Au gallon.....	4.25
J. Sorin et Cie (14)	La cse
Blue Label	9.90
Au gallon	4.00 à 4.25

EAUX

Apenta Hungarian, Aparient (5)	La cse
25 Quarts	6.25
50 Pints	9.50
Sparkling Splits	5.50
Apollinaris (5)	La cse
50 Quarts.....	7.50
100 Pints.....	10.50
100 Splits.....	8.50
S Birch & Co. (14)	La cse
Ginger Ale	Bombays 1.35
Ginger Ale	Splits 0.90
Soda	Bombays 1.25
Soda	Splits 0.90
Cantrell & Cochrane (4)	La doz
Belfast Ginger Ale.....	1.40
Club Soda.....	1.40
Seltzer.....	1.40
Potass Water.....	1.40
	Gal.
Dry Imperial Ginger Ale	1.50

Hiawatha (2)	La cse
Naturelle, 1-2 gals.	12s 4.75
Naturelle, 1-4 gals.	50s 7.50
Gazeuse	qts. 50s 7.50
Gazeuse	pts. 100s 10.50
Gazeuse	splits 100s 8.50
Libertyville Crystal Spring (1)	La cse
Quarts. 50 Bout.	7.50
Pints. 100 Bout.	10.50
Splits 100 Bout.	8.50

Schweppe's, de Londres (12)	La doz.
Soda Water Co. Cylindres, pour 2.	1.35
Soda Water, Bombays.....	pour 3. 1.50
Soda Water, Splits.....	pour 1. 1.10
Dry Ginger Ale.....	1.35
Seltzer.....	1.40
Potass Water.....	1.40
St-Galmier (3)	La cse
Source Badoit.....	6.00
Vichy (2)	La cse
La Capitale, 50 B.	7.50
La Sanitas, 50 B.	8.30
La Sanitas, 100 B., pts.	9.50
La Sanitas, 100 B. splits	7.50

Vichy (3)	La cse
Célestins, Grande Grille, Hôpital, Hauterive.....	10.00
Vichy St-Yorre (14)	La cse
Source St-George.....	8.00

Bassin de Vichy (1)	La cse
Source St-Louis	8.00

EXTRAITS DE VIANDE

Boeuf Fluide (2)	La cse
Vita Fluid Beef, 1 oz., cse 2 doz.	3.20
Vita Fluid Beef, 2 oz., cse 1 doz.	3.90
Vita Fluid Beef, 4 oz., cse 1 doz.	4.50
Vita Fluid Beef, 20 oz., cse ½ doz.	4.75
Vita Fluid Beef, 20 oz., cse 1 doz.	9.00

GINS

Blankenheym & Nolet (14)	La cse
Marque 'Clef', C'ses Rouges ..	10.50
Marque 'Clef', C'ses Vertes ..	5.00
Marque 'Clef', C'ses Violettes ..	5.00
En cruchons	10.00
Au gallon	de 3.00 à 3.25
John de Kuyper & Son (4)	La cse
Caisses Rouges	15s. 11.75
Caisses Vertes.....	12s. 6.25
Caisses Violettes.....	24c. 5.50
Au gallon	3.15 à 3.30
P. Hoppe, "Night Cap" (1)	La cse
Rouges.....	10.65
Jaunes.....	11.00
Vertes.....	5.25
Bleues.....	6.00
Violettes.....	2.50
Au gallon	3.05 3.25
P. Hoppe, "Imperial" (1)	La cse
Rouges.....	10.50
Vertes.....	5.00
Violettes.....	2.45

Melchers, de Berthierville (3)	La cse
Croix Rouge. Caisses Rouges.....	11.25
Croix Rouge. Caisses Vertes.....	5.85
Croix Rouge. Caisses Violettes.....	5.00
J. J. Melchers (3)	La cse
Honey Suckle. Cruchon verre ..	9.00
Honey Suckle. Cruchon pierre ..	9.00
Netherland's Steam Disty. Co. (1)	La cse
Kiderlen's "Croix d'honneur".	

Caisses Rouges.....	11.00
Caisses Vertes.....	5.25
Caisses Violettes.....	4.90
Cruchons verre—12s 3 gals.	11.75
Cruchons verre—24s 3 gals.	12.75
Cruchons verre—12s 5 gals.	17.50
A. C. A. Nolet, Schiedam (5)	La cse
Caisses Rouges.....	10.75
Caisses Vertes.....	5.75
"The Real" Dry Gin	7.10
Old John (2)	La cse
Caisses Rouges	15s 9.75
Caisses Vertes	12s 5.25
Caisses Pony	24s 4.50

Pollen & Zoon (2)	La cse
Cruchons, Verre, 1-8 g.	24s 11.00
Cruchons, Verre, 14-g.	12s 9.50
Cruchons, Verre, 1-2g.	12s 16.00
HOCKS	
Frederick Krote (14)	qts. pts.
Sparkling White	16.00 17.00
Sparkling Red	18.00 19.00

LAGERS

F. Jacobs & Co. (2)	qts. pts.
Pilsner German	2.50 1.60
Miller Brewing Co. (2)	Le Brl.
Marque "High Life", 10 doz.	12.50
Marque "Buffet", 10 doz.	12.90
Malt Extract, 8 doz.	15.60

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine (12)	qts. pts.
12 litres.....	20.00 21.00
Blankenheym & Nolet (14)	qts. pts.
Anisette	12.00
Curaçao	11.00
Kirsch, forêt noire	12.00
Liqueur Hannapier	18.00 19.00
Petite Chartreuse Jaune	18.00 19.00
Elixir de Spa	15.00 16.00
Briand & Jaquet (1)	La cse
Cherry Whiskey	7.50
Blackberry Brandy	7.50

Cherry Brandy	7.50
Crème de Menthe Verte	9.00
Crème de Menthe Blanche	9.00
Crème de Cassis	9.00
Curaçao Orange	9.00
Sirope de Grenadine	7.00

Marie Brizard & Roger (12)	La cse
Anisette.....	13.50
Curaçao, Orange ou Blanc.....	12.50
Marasquin.....	13.00
Kummel, Superfin.....	12.00
Kummel Crystallisé.....	12.50
Green Peppermint.....	13.00
Crème de Menthe, Blanche.....	13.00
Cherry Cordial	12.50
Cherry Brandy	12.50
Blackberry Brandy	12.50
Kirsch.....	11.00
Bitter Triple.....	12.00
Liqueurs assorties.....	13.00
Crème de Menthe Verte.....	13.00
Crème de Moka.....	13.00
Crème de Cassis	13.00
Crème de Noyau	13.00
Eau-de-vie de Dantzik.....	13.00
Orange Bitters.....	9.50
Punch au Kirsh.....	11.00
Peach Brandy	16.00

Chartreuse St-Denis (2)	qts. pts.
Verte	10.50 11.50
Jaune	10.50 11.50

Delizy & Dolstan (3)	qts. pts.
Curaçao	12.00
Marasquin	12.00
Kummel	12.00
Liqueur jaune	15.00 16.00
Liqueur verte	16.00 17.00

Alex Droz & Cie (12)	qts. pts.
Crème Cacao-Chouva.....	16.00 17.00
Nelson Dupuy (14)	qts. pts.
Maraschino	13.00
Grenadine.....	8.50

Frémy Fils (12)	qts. pts.
Cherry Whiskey, [Chesky]	16.00 17.00
Orange Whiskey.....	14.00

P. Garnier, Enghien (2)	qts. pts.
Liqueurs d'Or	19.00 20.00
Marasquin	11.00 13.50
Blidah. Liq. de Mandarine	19.00
Crème de Menthe verte	12.50
Crème de Menthe blanche.....	12.50
Abricotine	19.00
Pousse Café	12.50
Monastine	20.00 22.00
Curaçao Rouge Sec	12.50
Curaçao blanc très sec.....	15.00
Fine Orange Crucheons	25.00 30.00
Fine Anis Crucheons	25.00 30.00
Liqueurs Assorties, cse 48	
4 bouteilles	21.00

Jules Lamothe (14)	qts. pts.
Cherry Whiskey	9.00

F. Lemonde & Cie (13)	1 cse 5 cses
Blackberry Brandy	7.35 7.00
Cherry Brandy	7.35 7.00
Cherry Whiskey	7.35 7.00
Crème de Menthe A.	8.00 7.50
Crème de Menthe A. A.	7.00 6.50
Crème de Citron	5.00 4.50
Grenadine (Litre)	6.50 6.25
Grenadine (Bout. Fantaisie)	6.00 5.75
Grenadine (Bout. Sauternes)	5.25 5.00
Crème de Cocoa	10.00 9.50
Crème de Vanille	10.00 9.50
Crème de Noyau	10.00 9.50
Fine Prunelle A.	12.00 11.50
Fine Prunelle A. A.	10.00 9.50
Anisette	10.00 9.50
Liqueur Cathédrale (Chartreuse)	10.00 9.50
Curaçao (Cruchon 1 litre)	11.00 10.50
Curaçao (Cruchon 1 litre)	12.00 11.50
Curaçao (Bout. Qrt.)	8.50 8.00
Crème de Cassis	10.00 9.50

Levert & Schudel (14)	qts.	pts.
Marque "Pélican"		
Anisette	12.00	
Crème de Menthe	12.00	
Curacao	12.00	
Kummel	12.50	
Maraschino	13.00	

Melrose Drover Ltd (3)	La cse	
Cherry Whiskey.. .. .	11.00	

Frédéric Mugnier (3)	qts.	pts.
Crème de Menthe Verte...	11.00	
Cherry Brandy.. .. .	11.00	
Cacao l'Hara à la Vanille ..	12.50	
Kirsch ***.. .. .	11.00	
Prunelle de Bourgogne.. ..	12.50	
Crème de Framboises.. ..	12.25	
Fine Bourgogne, 12 Ht.. ..	20.00	
Crème de Cassis.. .. .	11.00	
Fine Bernard.. .. .	15.00	
Grenadine.. .. .	8.50	
Anisette.. .. .	11.00	
Kumel.. .. .	12.00	

J. Sorin & Co. (14)	qts.	pts.
Cherry Whiskey	15.00	

P. Thorne & Sons (14)	qts.	pts.
Apricot Brandy	24.00	

Tournel & Fleury (2)	qts.	pts.
Anisette	8.00	
Cherry Brandy	8.00	
Cherry Whiskey	8.00	
Crème de Menthe	8.00	
Crème de Cacao	8.00	
Crème de Cassis	8.00	
Curacao	8.00	
Kirsch	8.00	
Kummel	8.00	
Sirop Grenadine	6.00	

Gabriel Viard, Troyes (10)	12	24/2
	litres	litres
Chartreuse jaune	22.00	24.00
Chartreuse verte	24.00	26.00
Pur Abricot [the genuine]	28.00	30.00
Marasquin, bout. d'origine	22.00	24.00
Viardictine de l'Abbaye St.		
Urbain	20.00	22.00
Curacao, triple sec	20.00	22.00
Peppermint [Menthe verte]	20.00	22.00
Cassis Imperator	20.00	22.00
Crème de Cacao, Scho...		
à la vanille	20.00	22.00
Crème de Moka	20.00	22.00
Anisette Extra fine, Cru-		
chons ou flacons	20.00	22.00
Curacao quadruple sec ..	22.00	24.00
Pour ordres d'importation, 25 caisses		
minimum, s'adresser aux agents.		

Wilson (14)	qts.	pts.
Blackberry Brandy.. .. .	9.00	
Hungarian Blackberry Brandy	7.00	
Wallace Cherry Brandy.. ..	9.00	

MADERE

Blandy Bros. (2)	qts.	pts.
Very Superior	8.50	9.50
Special Selected	10.50	11.50
London Particular	13.00	

Cossart, Gordon & Co. (5)		
Au gallon.. .. .	2.50	à 9.00

Rutherford & Browne (15)		
Au gallon.. .. .	2.50	@ 10.00

MALAGA

Blandy Bros. (2)	La cse	
Etiquette Bleu — pâle-doux. ..	7.50	
Etiquette Blanc — pâle.. ..	10.00	

MOSELLE

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Brauenberger.. .. .	9.00	10.00
Piesporter	10.00	11.00
Berncasteler Doctor.. ..	15.00	16.00
Crown Sparkling.. .. .	18.50	20.00
Nonpareil Sparkling.. ..	24.50	26.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Zeltinger	9.00	10.00

Brauenberg.. .. .	12.00	13.00
Pisport	13.50	14.50
Scharzberg — 1895.. ..	18.00	
Sparkling Moselle	20.00	21.50

Frédéric Krote (14)	qts.	pts.
Sparkling	15.00	16.00

Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Winneger	6.00	7.00
Braünberger	8.50	9.50
Sparkling	17.00	18.00
Hocheimer	17.00	18.00
Cabinet	23.00	25.00

P. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Piesporter	8.50	9.50
Zeltinger	9.00	10.00
Braünberger	15.00	16.00
Berncastler Doctor	16.50	17.50

OLD TOM & DRY GINS

Boords (9)	La cse	
Old Tom.. .. .	7.25	
London Dry.. .. .	7.25	

Booth (4)	La cse	
London Dry	8.00	
Old Tom	8.00	

Burnett (15)	La cse	
London Dry	7.50	
Old Tom	7.50	

Club (3)	La cse	
Old Tom.. .. .	6.50	
Old Tom au gallon	3.00	

Cold & Co. (1)	La cse	
Sloe Gin	Qts. 10.00	
Marque Beaver	Qts. 5.75	
Marque Beaver	Pts. 6.75	
London Dry	Qts. 6.00	
London Dry.. .. .	Pts. 7.00	

Colonial (3)	La cse	
London Dry.. .. .	6.50	

Gordon (12)	La cse	
London Dry.. .. .	7.50	
Old Tom.. .. .	7.50	
Sloe Gin	9.25	

Hill's & Underwood (6)	La cse	
London Dry	7.50	
Old Tom	7.50	

Imperial Wine Co. (6)	La cse	
London Dry.. .. .	6.50	
Old Tom.. .. .	6.50	

J. & W. Nicholson & Co. (10)	La cse	
Old Tom	8.25	
London Dry	8.00	
Sloe	12.50	

A. C. A. Nolet (5)	La cse	
"The Real" Dry Gin	7.10	

G. Pims & Co. (2)	La cse	
Quarts	7.50	

John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse	
Old Tom	7.50	
London Dry	7.50	
Sloe	11.00	

Thorne (14)	La cse	
Old Tom.. .. .	7.50	
London Dry.. .. .	7.50	
Au gallon	3.50	

Wilson (14)	La cse	
Royal Crown Old Tom.. ..	6.50	
Au gallon.. .. .	2.00	@ 3.00

OPORTO

Blandy Bros. (2)	La cse	
Invalid's Special	12.00	
Good Fruity	7.50	

J. W. Burmester (14)	La cse	
Royal.. .. .	5.00	
Crusado	6.00	

Rich Douro.. .. .	9.00	
Fine Old Port Red	11.00	
Toreador	12.00	

Very Fine Old Port White ..	12.50	
Pinhao	18.00	
Emperor	21.00	
White Port	12.00	

Old Crusted.. .. .	12.00	
Royal Blue Label	18.00	

	Au gall.	
Diamond T.	2.50	à 2.60
Two Grapes	2.75	à 2.85
Three Grapes	3.00	à 3.10
Four Diamonds	3.35	à 3.50
Four Grapes	3.60	à 3.75
Three Crowns	4.60	à 4.75
J. M. Caselles y Tarrats (3)		
Au gallon.. .. .	1.00	à 1.50
Cockburn, Smithes & Co. (4)		
Tawny.. .. .	La cse.	16.00
Au gallon.. .. .	2.75	@ 7.00

Croft & Co. (6)		
Au gallon.. .. .	2.40	@ 7.50
A la caisse	7.00	@ 24.00

Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse	
Pioneer	12.00	
Commendador	16.00	
Au gallon	\$2.75	à \$ 9.00

Garcia Hijos (2)		8.50
Gulmaraens & Co. (6)		

Invalid's Reserve.. ..	La cse.	7.50
Au gallon.. .. .	2.25	@ 5.50

Hunt, Roope, Teage & Co. (9)		
Au gallon.. .. .	2.00	@ 5.50

Oliva Morez y Ca. (3)	La cse	
Old Tawny	5.50	

MacKenzie & Co. Ltd. (12)		
Au gallon.. .. .	2.50	@ 10.00

A. Rizat et Cie (2)		2.50
---------------------	--	------

Robertson Bros. & Co. (3)	La cse	
Medal Port No 1	16.00	
Medal Port No 2	13.00	
Favorita Oporto	8.00	
Au gallon.. .. .	1.50	@ 6.50

Sandeman & Co. (12)	La cse	
Superior Old.. .. .	12.00	
"Club"	18.00	
"1890"	30.00	
Au gallon.. .. .	2.50	@ 15.00

T. G. Sandeman & Sons (5)		
Au gallon.. .. .	2.75	@ 9.00

Silva & Cosens (15)	La cse	
Dow's Admiral.. .. .	16.50	
Dow's Toreador	9.50	
Au gallon.. .. .	2.50	@ 14.00

Manual Tosta (2)		6.50
Wiese & Krohn (10)		

Tinto Novo	gallon	1.50
Caisse 12 qts.	5.50	
Tinto Novo No 1	gallon	2.15
Ligittimo No 1	gallon	3.00
Caisse 12 qts.	7.50	
Particulier	gallon	3.50
Invalid Port	cse 12 qts.	10.00

T. Ventura & Co. (2)		4.50
Verdi & Cie (2)		3.50

E. Yzaguirre (5)	Le Gal.	
Three Grapes	1.50	

PORTER ANGLAIS

Guinness (3)	qts.	pts.
Read Bros. "Dog Head"...	2.60	1.65

Guinness' (14)	qts.	pts.
Monkey Brand	2.50	1.60
Monkey Brand Nips	1.10	

Guinness' (4)	qts.	pts.
E. & J. Burke, bottling.. ..	2.60	1.65

Guinness' (2)	qts.	pts.
Daukes' & Co.	2.50	1.55

W. E. Johnson & Co. (13)	qts.	pts.
Marque Compass	2.55	1.65

Machen & Co. (6)		
Marque Pelican	2.50	1.60

Machen & Hudson (5)		
Marque "Beaver"	2.50	1.50

RHUMS

Boivin, Wilson & Cie (3)	qts.	pts.
Black Joe	8.00	9.00

No 7	7.00	8.00
Marie Brizard & Roger (12)	qts.	pts.
Ste-Croix.. .. .	12.00	

P. S. Clément..	11.00	
Jamaïque au gallon..	5.00	
E. & J. Burke (4)	qts.	pts.
Jamaica..	9.50	
Dandicoile & Gaudin (1)	qts.	pts.
Lion ..	8.00	9.50
Royal ..	0.00	11.00
St-Marc ..	0.00	9.50
Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Kaiopa Habitation ..	10.50	12.50
Vieux Rhum ..	12.00	14.00
Carmencita (Jamaica) ..	13.00	15.00
Edward Hobson Jamaica (13)	1 se 5 cs	
Rum (Red seal) Litre ..	15.00	14.00
H. G. Kewney & Co. (5)	qts.	pts.
Old London Dock—1 Etoile ..	7.75	
Old London Dock—3 Etoiles ..	8.75	
Mendoza & Cie (2) ..	5.00	
Navy Reserve (6)	qts.	pts.
Jamaica ..	9.00	
John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse	
Jamaica Rum ..	10.50	
J. B. Sherriff & Co. (9)		
Marque "Bell" ..	9.00	
Marque "Bell", 36 o. p. au gallon..	5.00	
Marque "Blue Star", 36 o. p. au gallon..	4.75	
St-Jean (2) 12 h. ..	12.50	
Thorne (14)	qts.	pts.
Marque "Lion" ..	10.00	
Liquid Sunshine ..	9.50	10.50
J. W. Turner & Cie (2)	La cse	
Quarts ..	7.00	
Pints ..	8.00	
½ Pints ..	9.00	

SAUTERNES

Barton & Guestier (4)	qts.	pts.
Haut Sauternes ..	12.50	13.50
Graves ..	6.00	7.00
Barsac ..	8.75	9.75
Château Yquem..	24.00	25.00
J. Calvet & Cie (6)	qts.	pts.
Graves ..	5.25	6.25
Sauternes ..	5.50	6.50
Haut Sauternes ..	11.50	12.50
J. Dutrénat et Cie	qts.	pts.
Graves ..	4.00	5.00
Sauternes ..	5.00	6.00
Haut Sauternes ..	7.00	8.00
Château Yquem ..	18.00	19.00
Faure Frères (3)	qts.	pts.
Sauterne ..	4.00	5.00
Sauterne ..	5.00	6.00
Haut Sauterne ..	8.00	9.00
Château Barsac ..	6.50	7.50
Château Yquem ..	15.00	16.00
Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Graves ..	4.00	5.00
Barsac ..	7.00	8.00
Haut Sauternes ..	8.00	9.00
Château Yquem ..	18.00	19.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts.	pts.
Ordinaire ..	5.50	6.50
Haut Sauternes ..	9.00	10.30
Jimenez & Lamothe (14)	qts.	pts.
Sauternes ..	5.00	6.00
Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts.	pts.
Barsac ..	6.00	7.00
Sauternes ..	6.00	7.00
Graves ..	6.00	7.00
Haut Sauternes ..	11.50	12.50
Château Yquem ..	20.00	21.00
A. Lalonde & Cie (5)	qts.	pts.
1890 Graves ..	4.80	5.80
1888 Barsac ..	5.20	6.20
Lecompte & Morel (2)	2.75	3.25
F. Lemonde & Cie (13)	1 cse 5 cs	
N'Importe Quoi (Bout. Sauternes) ..	8.50	8.00
N'Importe Quoi (Bout. Fantaisie) ..	9.00	8.50
Vigneau & Cambours (2)	qts.	pts.
Sauternes ..	3.50	4.50
Graves ..	4.00	5.00
Barsac ..	4.50	5.50

Haut Sauternes ..	5.00	6.00
Château Yquem ..	18.00	19.00
Gustave Vignerone (1)	3.00	4.00

SHERRIES

J. M. Caselais y Tarrats (3)		
Au gallon..	1.00 à 1.50	
Richard Davies (9)		
Au gallon..	1.50 @ 5.00	
Diez Hermanos (2)	La cse	
Cordon Azul ..	18.00	
Cordon Rojo ..	14.00	
Favento ..	12.50	
Cordon Verde ..	10.00	
Pedro Domacq (5) au gallon	1.25 @ 4.00	
Feuerherd Bros. & Co. (7)	La cse	
Emperador ..	16.00	
Corona ..	12.00	
D. Goni Feuerherd (7)		
Caisses ..	16.00	
Au gallon ..	3.00 à 9.00	
Manuel Gamboa Ramirez (6)		
Au gallon ..	1.25 @ 4.50	
A la caisse ..	4.50 @ 12.00	
Jose Gomez (2)	La cse	8.50
Gonzalez & Byass (14)	La cse	
Cristina Dry ..	10.00	
Idolo Seco ..	12.00	
Pendon ..	2.00	
Claro ..	2.50	
Giralda ..	3.00	
Old Brown ..	3.25	
Fino ..	3.75	
Amontillado ..	4.00	
Vino de Pasto ..	4.00	
Oloroso ..	4.25	
Las Torres ..	4.50	
Victorioso ..	5.50	
Jubilee ..	6.00	
P. Juanito & Co. (2)	La cse	6.50
M. Misa (4) au gallon ..	1.50 @ 6.00	
Oliva Morez y Ca. (3)	La cse	
Golden Sherry ..	5.50	
Mackenzie & Co. Ltd. (12)		
Au gallon..	1.50 @ 10.00	
Robertson Bros. & Co. (3)	La cse	
Amontillado ..	16.00	
Manzanilla ..	13.00	
Olorozo ..	8.00	
Au gallon..	1.75 @ 7.50	
Sanchez Hermanos (2)	La cse	4.50
Sanderman Buck & Co. (Julian Pémartin) (12)	La cse	
Pale Dry ..	12.00	
Montilla Fino, very dry ..	12.00	
"Club" ..	18.00	
Selected Old ..	36.00	
"Jubilee" ..	50.00	
Au gallon..	1.50 @ 10.00	
A. R. Valdespino & Co. (6)		
Au gallon ..	1.25 @ 6.50	
A la caisse ..	5.00 @ 15.60	
Verdi & Cie (2)	3.50	
B. Vergara (9)		
Au gallon..	1.50 @ 4.50	
SPARKLING SAUMUR		
Ackerman-Laurance (15)	qts.	pts.
"Dry-Royal" ..	15.75	16.75
½ pts. paniers 1 doz ; paquets de 4 paniers ..	18.00	
TARRAGONES		
Darichez M. (4) au gallon..	1.00 à 3.00	
VERMOUTH	La cse	
Cazalis & Pratt (2)	La cse	
Soleil ..	6.25	
Dollin & Cie (2)	qts.	pts.
Français ..	11.00	15.00
Chamberizette à la fraise ..	8.00	
Cte Chazalotte & Co. (3)	7.00	
Fli, Ferrero Ricardo (2)	La cse	
Italien ..		

E. Martinazzi & Co. (Italien) (1)	5.75
Noilly, Prat & Co. (12)	7.00
Freund Ballor & Co. (Italien) (12)	6.75

VIN DE GINGEMBRE

Boivin, Wilson & Cie (3)	La cse
Quarts ..	4.50
Au gallon ..	1.29
Cold & Co. (1)	qts. 4.00
Au gallon ..	0.85 à 1.25

VIN DU RHIN

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Laubenheim ..	7.00	8.00
Nierstein ..	8.50	9.50
Rudesheim ..	15.50	16.50
Liebfraumilch ..	17.00	18.00
Hockheim ..	18.00	19.00
Marcobrunn ..	21.50	
Johannesberg ..	25.00	
Pinwein [cruchons] ..	11.00	12.00
Sparkling Hock ..	17.50	19.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Laubenheim ..	7.00	8.00
Bodenheim ..	7.50	8.50
Nierstein ..	8.50	9.50
Steinwein in Boxbeutels ..	11.00	
Rudesheim ..	15.00	16.00
Liebfraumilch ..	15.00	16.00
Glesenheim ..	16.00	17.00
Hocheim ..	18.00	19.00
Johannisberg ..	21.00	22.00
Claus Johannesberg—1893 ..	30.00	
Sparkling Hock ..	18.00	19.50
Frederick Krote (14)	qts.	pts.
Laubenheimer ..	6.00	7.00
Niersteiner ..	6.75	7.75
Rudesheimer ..	10.00	11.00
Hochheimer ..	10.00	11.00
Steinwein ..	11.00	12.00
Liebfraumilch ..	14.50	15.50
Johannisberger ..	17.00	18.00
Royal Scharzberg ..	20.00	21.00
Sparkling Hock, blanc ..	16.00	17.00
Sparkling Hock, rouge ..	18.00	19.00
Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Bodenheimer ..	6.00	7.00
Hohnheimer ..	6.50	7.50
Laubenheimer ..	7.00	8.00
Niersteiner ..	8.00	9.00
Oppenheimer ..	9.00	10.00
Hochheimberg ..	9.50	10.50
Johannisberg ..	15.00	16.00
F. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Laubenheimer ..	7.50	8.50
Niersteiner ..	9.00	10.00
Rudesheimer ..	12.50	13.50
Liebfraumilch—1893 ..	18.50	19.50
Johannisberger—1893 ..	25.00	26.00

VINS TONIQUES

Castro (5)	La cse
1 Seal port ..	5.00
3 Seal port ..	6.00
Dubonnet (1)	La cse
Litres ..	10.00
Red-Heart (15)	9.00
Vin Mariani (14)	10.00
Vin St-Michel (3)	8.50
Wilson's Invalid's Port (14)	8.00

WHISKEYS AMERICAINS

Cook & Bernheimer (14)	La cse
Bourbon Gold Lion ..	10.00
Old Valley ..	11.50
Old Valley ..	1-2 flasks 16.00

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye (1)	La cse
Screw top, 16 flasks ..	6.00
Screw top, 24 flasks ..	6.25
Screw top, 48 flasks ..	7.25
Glass stop, 24 flasks ..	6.50
Glass stop, 48 flasks ..	7.50
Perfection Brand Rye (1)	La cse
Amber ..	12 qts. 5.00
Glass stop, 32 flasks. Amber ..	6.00

Rock & Rye	12 qts.	7.90
Rock & Rye	24 flks.	8.00
Parker's (9) High Wines	50 o. p.	gal.
En quarts.....		3.90
En 1-2 quarts.....		3.95
Quantités moindres.....		4.00

Jos. E. Seagram (16)	La cse
"Star" Rye	qts.
"Star" Rye	Flasks, 32s.
"Star" Rye	Flasks, 64s.
White Wheat	qts.
White Wheat	Flasks, 32s.
No. "83" Rye	qts.
No. "83" Rye	Flasks, 16s.

Hiram Walker & Sons (5) (8)	La cse
Canadian Club, 5 years old,	qts., 10.00
Canadian Club	Flasks, 16s. 10.50
Canadian Club	Flasks, 32s. 11.00
Imperial	qts. 7.50
Imperial	Flasks 16s. 8.00
Imperial	½ Flasks 32s. 8.50

Canadian Club—5 years old .. .	4.00
Imperial	2.80
Rye	25 U. P. . . . 2.25
Malt	25 U. P. . . . 2.25

Wilson (14)	La cse
Empire Rye.....	qts.. 8.00
Empire Rye.....	flasks.. 9.00
Empire Rye.....	½ flasks.. 10.00
Empire Rye	32 flasks 8.00
Liquid Sunshine	qts. 6.00
Liquid Sunshine	Flasks 7.00
Liquid Sunshine	1-2 Flasks 8.00
Liquid Sunshine	32 Flasks 7.00
Etoffe du Pays	qts.. 5.00
Moonlight.....	qts.. 6.00
Moonlight.....	Flasks 16s.. 6.50
Moonlight.....	Flasks 32s.. 7.00
Moonlight.....	Flasks 36s.. 7.25
Moonlight.....	Flasks 64s.. 8.00

J. P. Wiser & Sons, Ltd. (17)	
Recreation	La cse
12 Bout. Rondes.. .. .	qts. 5.00
12 Flks.	Imp. qts. 7.00
16 Flks.	Imp. pts. 5.50
32 Flks.	Imp. ½ qts. 6.00
36 Flks.	Travellers 6.00
Canada Whiskey	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 7.00
20 Flks.	Imp. pts. 8.50
32 Flks.	Imp. ½ pts. 8.00
60 Flks.	Imp. ½ pts. 8.00
Red Letter	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 8.00
Whiskey Clair	La cse
12 Bout. Rondes	qts. 5.00

WHISKEY ECOSSAIS

Alexander & Macdonald.	La cse
Sandy Macdonald, 10 years old ..	9.50
James Ainslie & Co. (1)	1 cse 5 cs
Ainslie Liqueur	13.00
Ainslie Special Liqueur	16.00
Ainslie All Malt Liqueur	15.00
O'Gilvie, quarts.	7.00 6.75
O'Gilvie, 24 flasks.. .. .	7.75 7.50
O'Gilvie, Imperial quarts.	9.50
Ainslie, Yellow label.. .. .	9.00
Ainslie, Ord. flasks.	10.25
Ainslie, Imperial quarts	13.50
Ainslie, White label	9.75
Ainslie, Special.. .. .	10.50
Ainslie, Extra Special.	12.50
Ainslie, Clynelish [Smoky].	13.00

Big Ben (1)	1 se 5 cs
Quarts [10 years old]	11.00 10.75

Bullock, Lade & Co. (4)	La cse
Loch Katrine.....	qts.. 7.50
Loch Katrine	32 Flasks.. 9.50
Loch Katrine. Imp. Qt. Flasks..	11.00
Special White Label.. .. .	9.50
Extra Special Gold Label.. .. .	11.00
Brae Mar Special (14)	La cse
Quarts	8.00

Flasks	9.90
1-2 Flasks	10.00
32 Flasks	9.00

Bruce, Wallace & Co. (14)	La cse
Five Crowns.	

Imperial quarts	10.50
Reputed quarts	7.00
24 Flasks	8.00
48 Flasks	9.00
48 Flasks (10 oz.)	14.00

Burns, Leslie & Co. (14)	La cse
Glenell.. .. .	qts.. 6.00

Loch Carron (14)	La cse
Imperial quarts	10.00
Reputed quarts	6.50
24 Flasks	7.50
48 Flasks	8.50

Robt. Dale & Co. (2)	La cse
Quarts	12s 5.60

Peter Dawson (3)	La cse
Perfection.....	9.75
Special.....	10.50
Extra Special.....	9.50
Liqueur.....	12.25
Old Curio, 20 years old	15.00
Au gallon.....	4.00 @ 7.00

John Dewar & Sons, Ltd. (15)	La cse
Dominion Blend.. .. .	qts. 8.75
"Special"	qts. 9.25
Blue Label.....	qts.. 9.75
Special Liqueur [W. Label] qts..	12.50
Extra Special Liqueur... . .	qts.. 16.50
5 cs d'une sorte ou assorties, 25c la	cse en moins.

Alex. Ferguson & Co. (10)	La cse
Fine et vieille liqueur 20 ans d'âge	15.00
Club Liqueur	13.50
P. & O. Special Liqueur, 10 ans	10.00
K. T.	9.50

Glenell (14)	La cse
Imperial quarts	9.50
Reputed quarts	6.00
24 Flasks	7.00
48 Flasks	8.00

Greenless Bros. (14)	La cse
King Edward VII... Ext. Sp. qts..	9.50
King Edward VII... Sp. Liq. qts..	12.00
Dunblain pure grain	8.75
Dunblain pure malt	8.75
Real Antique pure Highland ..	16.00

King Edward VII	4.75 à 5.60
V. O. Extra Sp.	4.00 à 4.50

Haig & Haig (14)	La cse
★★★.....	9.50
★★★★.....	13.00
Pinched Bottles Wired	16.00
Au gallon	4.25 à 4.50

Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse
Hay's finest.. .. .	Sq. qts. 7.75
Hay's old	Rd qts. 6.75
Hay's old.. .. .	24 flasks 7.50
Hay's old	32 sq. flasks 7.50
Hay's old	Imp. qts. flasks 10.00

D. Hellbron (14)	La cse
Hilburn Blend.. .. .	qts.. 8.90
Hilburn Blend	Imp. qts.. 11.00
Hilburn Blend	Imp. pts.. 12.00
King's Liqueur, 10 years qts..	10.00
King's Liqueur, 20 years	13.00
Au gallon	4.00 à 4.25

John Hopkins & Co. (5)	La cse
"Old Mull" Blend.....	9.50
"Navy Liqueur" V. O. S... ..	12.00

House of Lords (14)	La cse
Melrose, Drover & Co. (3)	Legal.

1 étoile.....	4.00
2 étoiles.....	4.25
3 étoiles.....	4.50
4 étoiles.....	4.75
5 étoiles.....	5.00

A. Macmurdo & Co. (14)	La cse
Imperial quarts	8.50

Reputed quarts	5.50
24 Flasks	6.50
48 Flasks	7.50

Mitchell Bros. (2)	La cse
--------------------	--------

Mullmore 12 Btles	qts.. 6.00
Mullmore 24s	pts. 7.50
Mullmore 48s	½ flks. 9.00
Mullmore 12 Imp. Oval qts.. ..	10.00
Mullmore 24 Imp. Oval pts. ..	10.50
Glen Ogle 12 Btles rdes	qts.. 8.00
Heather Dew 12 Btles. rdes qts..	8.00
Heather Dew	pts. 8.00
Heather Dew 12 Imp. Flks. qts.	11.25
Heather Dew 10 oz. Flks. .. .	12.00
Special Reserve 12 Btles. rdes..	9.00
Special Reserve Pts. 24s .. .	10.00
Special Reserve Imp. Flks. 24s	11.75
Finest Old Scotch 12 Btles. rds..	12.50
Grey Beard Stone Jars.. .. .	4s 13.00
Grey Beard Stone Jars.. .. .	6s 10.00
E. S. L. Decanters	9.50
E. S. L.	qts. 9.50
White Star Liqueur	qts. 10.50

Old Scotch Proof.....	Au gal. 3.50
Heather Dew	3.45 à 4.00
Sepeial Res. Scotch Proof.....	4.00
Special Res.	3.50 à 4.50
Extra Spec. Liqueur	4.75 à 5.00

Wallace Moir (3)	La cse
Imperial Quarts.	12.00

Alex. McArthur & Co. (3)	La cse
Quarts	7.50
Flasks	8.50
Imp. Quarts	11.00

James McNeil (1)	La cse
Imperial Oval.. .. .	qts.. 8.00
Quarts.....	6.00
Pints.....	7.00
24 flasks, Screw top.	7.00
32 flasks, Screw top.	7.50
48½ flasks, Screw top	8.00
5 cs à la fois, 25c. en moins.	

Ian McPherson (6)	le gal
Craigduh... .. .	10 O. P.... 4.00
Dhuloch	9 O. P.... 4.10
Special Blend.	8 O. P.... 4.25
Special Blend.. .. .	15 U. P.... 3.75

Geo. Philipps & Co. (13)	1 cse 5 cs
Scotch (Maid. O'mist.)	9.50 9.00

J. P. McGillavray, Sons & Co. (13)	1 cse 5 cs
Scotch (Happy Moments)	9.75 9.25

John Robertson & Son, Ltd. (7)	Le gal.
Droits payés	

No 1—Fine Old	3.43
No 2—"Special"	3.68
No 3—Old Highland	3.96
No 4—Old Dundee	4.28
No 5—Old Private John	4.71
No 6—Liqueur	5.16
No 8—Dundee Finest	5.96

Private Stock John Robertson	12.50
J. R. D. "Star"	9.50
Duncan McIntosh	8.25

Robertson, Sanderson & Co. (6)	La cse.
"Glenleith" [8 years old]. la cse.	9.00
"Glenleith" 5 O. P. le gal.	4.75
"Glenleith" 15 U. P. le gal.	4.00
"Grand Spécial	9.00
"Mountain Dew," full flavor. cse.	9.50

"Mountain Dew," cruchons terre.	8 Imp. qts. 12.00
"Mountain Dew," cruchons terre,	12 Imp. qts. 13.00

"Mountain Dew," 4 O. P. le gal.	4.75
Special Liqueur .. [15 years old].	12.50
Old Private Stock, [20 years old].	17.50

J. B. Sherriff & Co. (9)	La cse
Old Islay.....	10.00
V. O. Islay.....	10.25
Islay, 10 o. p. au gallon.. .. .	4.25

Islay V. O. preuve, au gallon.. ..	5.25	Flasks .?.. .. .	7.50	O'Brien (14)	La cse
Stuart, Campbell & Co. (3)	La cse	1-2 Flasks	8.50	Imperial quarts	10.50
Quarts.. .. .	6.50	John Jameson & Son (5)	La cse	Reputed quarts	7.00
Flasks	7.50	1 étoile	9.50	Flasks	8.00
1/2 Flasks.. .. .	8.50	3 étoiles.	11.25	1-2 Flasks	9.00
Imperial Quarts.. .. .	9.50	William Jameson (12)	La cse	Old Bushmill (14)	La cse
Tammany (14)	qts. 8.75	1 harpe.. .. .	9.75	★★★... .. .	12.00
R. Thorne & Sons	La cse	3 harpes.. .. .	10.75	Special Malt... .. .	10.50
Scotch Arms	10.00	McConnell's (1)	La cse	Au gallon	4.50
Antique Liqueur, 20 ^e years ..	12.00	★	Qts. 9.00	George Roe & Co. (12)	La cse
Au gallon	4.50	★★★	Qts. 10.75	★	9.75
John Walker & Sons (12)	La cse	Special Liqueurs	Qts. 12.50	★★★	10.75
Kilmarnock... .. .	10.00	Mitchell Bros. Ltd. (2)	La cse	Kilkenny (3)	6.50
Wilsons' (14)	La cse	Old Irish Imp. Oval Flsks, qts.	11.00	St-Kevin (3)	8.00
V. V. O. Quarts	8.00	Old Irish 12 Btles. rdes ..	Qts. 6.50	Kilkenny (3)	6.50
V. V. O. Flasks	9.60	Old Irish Pts. 24s	8.00	Wilsons' (14)	La cse
V. V. O. 1-2 Flasks	10.00	Old Irish Flasks 10 oz. ..	12.00	3 Horns	qts. 6.00
WHISKEY IRLANDAIS		Spec. Old Irish Imp. Pts. Flks.	11.75	3 Horns	Flasks 7.00
E. & J. Burke (4)	La cse	Cruiskeen Lawn Stone Jars ..	4s 13.00	3 Horns	1-2 Flasks 8.00
Quarts.. .. .	8.50	Cruiskeen Lawn, Imp. Qts. Flks	12.50	Marques Maison Fournier-Fournier, Ltée.	1 cse 5 cses
Imperial Quart flasks	12.00	Au gal.		Rock and Rye	7.25 6.75
Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	La cse	Old Irish	3.65 à 4.00	Mixed Bitters	8.00 7.50
Hay's Old	Rd qts. 6.75	Special Irish	4.75 à 5.00	Old Tom Gin (Royal Fa-	
Hay's Old.. .. .	24 flasks. 7.50	Wm. O'Borne & Sons (1)	La cse	vourite)	7.25 7.00
Hay's Old	32 flasks. 7.50	12 Imperial Oval Quarts ..	9.00	London Dry Gin (Royal)	8.00 7.50
Hay's Old	Imp. qt. flasks. 10.00	12 Ordinary Quarts	6.50	Vin St. Martin	7.25 7.00
D. Hellbron & Sons (14)	La cse	24 Pints	7.50	Fine Old Port	8.00 7.50
Old Irish	Imp. quarts 11.00	24 Flasks, stoppers	7.50	Vin de Gingembre	4.00 3.75
Innishannon (14)	La cse	48 1-2 Flasks, stoppers ..	8.50	Vin Canadien	2.50 2.00
Quarts	6.50				

—Clef à la liste précédente—

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante.

- | | | |
|----------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| 1. L. Chaput, Fils et Cie. | 7. John Robertson & Son, Ltd. | 14. L. A. Wilson & Co. |
| 2. Laporte, Martin et Cie. | 8. Hiram, Walker & Sons. | 15. J. M. Douglas & Co. |
| 3. Boivin, Wilson et Cie. | 9. Gillespies & Co. | 16. Jos. E. Seagram. |
| 4. John Hope & Co. | 10. Bernard & Laporte. | 17. J. P. Wiser & Sons. |
| 5. W. R. Wonham & Sons. | 12. Law, Young & Co. | 18. D. McManamy & Co. |
| 6. S. B. Townsend & Co. | 13. Fournier & Fournier. | 19. Gaston Dugas & Cie. |

LE RECOUVREMENT DES DETTES

Des milliers de dollars sont perdus tous les jours par la négligence des créanciers.

Si un jour a été fixé pour un paiement, soyez là pour le recevoir.

Si la dette n'est pas payée, au jour fixé, suivez de près le débiteur.

Si celui-ci ne peut pas payer, fixez une autre date pour le paiement. Des paroles aimables et un air de bonne humeur font plus d'effet invariablement que des menaces de recours à la loi.

Si le débiteur demeure dans le voisinage, allez le voir et faites lui part de votre pressant besoin d'argent, etc.

Si vous ne pouvez pas tout obtenir, acceptez une partie du paiement et faites vous faire un billet pour le reste. Il est

plus facile de disposer de billets et d'en faire le recouvrement que de comptes ouverts.

Si le débiteur est irresponsable, faites-lui prendre un endosseur, de façon que vous puissiez vous procurer par ce moyen de l'argent à la banque.

Si possible, connaissez votre homme.

Avec certains hommes, il est absolument nécessaire d'agir d'une manière formelle et sévère, tandis qu'avec l'homme qui a l'intention de payer, il vaut mieux parler avec amabilité, tout en restant franc et en agissant en homme d'affaires.

Si un débiteur demeure au loin, écrivez-lui une lettre courtoise en lui envoyant son compte et en lui demandant un règlement.

S'il est nécessaire, il faut envoyer une seconde ou une troisième lettre.

Organisez une association locale et, si le débiteur ne veut pas payer, fermez-lui tout autre crédit dans votre ville. Cela le ramènera dans le droit chemin, quand tout autre moyen ne réussit pas.

Mieux encore, cela l'empêchera de jouer son jeu avec les autres marchands de la ville, et, tant qu'il ne devra de l'argent qu'à un ou deux marchands, il les paiera pour rétablir son crédit et deviendra ainsi un honnête homme.

Ne prêtez pas d'argent, même à votre meilleur ami, sans exiger un billet.

L'annonceur sage, non seulement profite de sa propre expérience, mais, aussi bien, de celle des autres annonceurs.



LE TABAC DES COLONIES A L'EXPOSITION DE LONDRES

Une correspondance a paru dans plusieurs journaux de Londres, exprimant le regret que le tabac cultivé dans les colonies n'ait pas occupé une place plus importante à l'exposition de tabac qui a eu lieu au Royal Horticultural Hall, à Westminster, au mois d'avril dernier.

Le gouvernement de la Colombie Anglaise avait une exhibition qui excita de l'intérêt; à part cela, on voyait, à cette exposition, très peu de tabac des colonies. L'administration de l'Exposition Internationale de Tabac a décidé, en raison de l'intérêt montré par le public et le commerce pour le tabac, dont la culture, pense-t-on, pourrait être faite d'une manière plus étendue dans plusieurs colonies anglaises, en vue aussi des prix plus élevés demandés pour les tabacs provenant du continent américain, cette administration a décidé d'encourager l'exhibition de tabac en feuilles des colonies à l'exposition qui aura lieu vers la fin du mois de mars 1908.

De simples conditions seront exigées, d'après lesquelles des échantillons de tabac des colonies pesant environ quatre livres chacun, seront reçus, décrits convenablement et exhibés à l'exposition, sans frais pour le producteur. C'est la première fois que des arrangements sont faits pour montrer, à Londres, côte à côte, les tabacs produits dans les colonies anglaises, et on espère que cette mesure aura pour résultat de donner un débouché avantageux, sur le marché de Londres, à des tabacs relativement inconnus maintenant.

Les échantillons auront l'avantage d'être examinés attentivement par un comité d'experts, formé des principaux marchands et manufacturiers de tabac de Londres, hommes compétents qui peuvent non seulement reconnaître le mérite individuel des divers échantillons, mais aussi indiquer sous quel rapport un échantillon donné est défectueux et suggérer des améliorations.

Le gérant de l'exposition paiera le droit d'entrée et les échantillons deviendront sa propriété après l'exposition, à moins que d'autres arrangements ne soient faits. Les échantillons devront être emballés dans des substances telles que de la toile

cirée ou du papier d'étain, pour empêcher leur exposition à l'air. Des renseignements complets et une description devront accompagner chaque échantillon, et des extraits en seront reproduits dans le catalogue officiel. Cela a pour but de permettre aux autorités de l'exposition d'étiqueter convenablement les échantillons. L'étiquetage sera fait par les soins de l'administration, d'après les renseignements fournis. Le prix auquel la feuille est vendue d'habitude devra être indiqué. Les échantillons devront porter l'adresse suivante: The Manager, Tobacco International Exhibition, 2 Monument Station Buildings, London, Eng.

PRODUCTION GLOBALE ANNUELLE DU TABAC

L'annuaire statistique du Département de l'Agriculture des Etats-Unis contient une série intéressante de tables indiquant, exactement dans la majorité des cas et approximativement dans tous les cas, la production du tabac dans la plupart des pays de l'univers où on cultive le tabac, ainsi que les importations et les exportations de ces pays. La période à laquelle se rapportent ces chiffres va de 1901 à 1905, ces deux années comprises.

Il est intéressant de comparer les chiffres de 1901 à ceux de 1905; cette comparaison révèle des fluctuations, non seulement dans la production, mais aussi dans les importations et les exportations des principaux pays. Le rapport indique la production du tabac des divers pays pendant les deux années spécifiées, dit Cigar and Tobacco Journal:

Amérique du Nord		
	1901 Livres	1905 Livres
Etats-Unis.		
Continent . . .	818,953,000	633,034,000
Porto Rico . . .	8,000,000	6,000,000
Total, Etats-Unis, (excepté les Iles Philippines) . .	826,953,000	639,034,000
Canada:		
Ontario	3,114,000	6,275,000
Québec	5,000,000	3,100,000
Total, Canada . .	8,114,000	9,375,000
Cuba	45,892,000	48,783,000
Guatemala	1,051,000	1,300,000
Mexique	26,256,000	23,000,000
Total, Amérique du Nord . . .	908,266,000	721,492,000

Amérique du Sud		
Argentine	28,000,000	43,000,000
Bolivie	3,000,000	43,000,000
Brésil	73,791,000	44,953,000
Chili	6,000,000	6,000,000
Equateur	42,000	122,000
Paraguay	10,000,000	10,000,000
Pérou	1,500,000	1,500,000
Total, Amérique du Sud . . .	122,333,000	108,575,000

Europe		
Autriche-Hongrie:		
Autriche	9,689,000	15,644,000
Hongrie	125,934,000	112,000,000
Bosnie-Herzégovine	9,000,000	8,700,000
Total, Autriche- Hongrie	144,623,000	136,397,000
Belgique	10,647,000	16,646,000
Bulgarie	5,590,000	8,080,000
Danemark	293,000	340,000
France	55,905,000	51,000,000
Allemagne	88,213,000	79,277,000
Grèce	14,000,000	20,000,000
Italie	12,734,000	12,400,000
Pays-Bas	2,768,000	1,500,000
Roumanie	6,249,000	8,694,000
Russie	136,630,000	200,000,000
Servie	1,973,000	2,086,000
Suède	1,680,000	2,713,000
Turquie	100,000,000	100,000,000
Total, Europe . .	581,305,000	630,133,000

Asie		
Inde Anglaise . .	450,000,000	450,000,000
Indes Hollandaises:		
Bornéo	736,000	300,000
Java	31,414,000	50,000,000
Sumatra	44,512,000	45,000,000
Total Indes Hol- landaises	76,662,000	95,300,000
Empire du Japon:		
Japon	64,652,000	105,853,000
Formose	904,000	808,000
Total, Empire du Japon	38,600,000	106,661,000
Iles Philippines . .	38,600,000	38,200,000
Total Asie . . .	630,818,000	690,161,000

Afrique		
Algérie	16,657,000	15,000,000
Afrique Centrale An- glaise	60,000	60,000
Cape de Bonnes Es- pérance	5,000,000	5,000,000
Maurice	6,000	13,000
Natal	4,271,000	2,623,000
Colonie de la Rivière Orange	750,000	650,000
Total, Afrique . .	26,744,000	23,346,000

Océanie		
Australie:		
Queensland	452,000	798,000
Nouvelle Galles du Sud	213,000	562,000
Victoria	35,000	125,000
<hr/>		
Total, Commonwealth Australien	700,000	1,485,000
Fiji	47,000	1,000
<hr/>		
Total, Océanie	747,000	1,486,000
<hr/>		
Grand total	2,270,213,000	2,175,193,000

Exportations		
	1901 Livres	1905 Livres
Algérie	11,212,917	4,950,479
Autriche-Hongrie	17,601,923	18,687,919
Brésil	73,971,238	44,953,473
Inde Anglaise	30,701,163	26,289,275
Bulgarie	2,397,108	5,749,096
Ceylan	3,167,756	4,617,760
Cuba	29,864,881	33,488,489
Indes Hollandaises	92,411,619	108,081,973
Grèce	9,408,706	12,765,055
Mexique	2,451,593	3,579,960
Pays-Bas	4,864,567	3,834,794
Iles Philippines	17,391,595	19,830,072
Russie	12,712,031	15,889,632
Turquie	39,267,984	33,267,984
Etats-Unis	301,007,365	312,237,202
Autres pays	4,217,000	8,292,000
<hr/>		
Total	652,469,446	662,505,163

Importations		
Argentine	3,574,030	7,081,032
Australie	5,951,230	5,371,531

Autriche-Hongrie	48,697,895	50,850,488
Belgique	20,194,983	22,141,617
Inde Anglaise	4,838,835	6,701,073
Canada	11,329,674	14,519,655
Danemark	9,475,465	9,744,429
Egypte	13,997,116	17,612,993
Finlande	5,479,491	8,956,123
France	58,438,116	66,966,994
Allemagne	134,362,451	178,936,160
Italie	46,256,497	28,127,670
Pays-Bas	45,795,081	42,252,451
Norvège	4,033,069	2,956,905
Portugal	5,654,648	5,388,004
Espagne	50,870,200	42,000,521
Suède	8,390,410	7,221,852
Royaume-Uni	79,481,331	79,819,143
Etats-Unis	29,428,837	37,355,477
Autres pays	41,214,000	41,479,000
<hr/>		
Total	672,463,366	676,428,410

On remarquera que les Etats-Unis tiennent la tête sur la liste des pays exportateurs; leurs exportations représentent près de la moitié du total. Les Indes hollandaises viennent ensuite, et le Brésil occupe le troisième rang.

Pour les exportations, l'Allemagne dépasse de beaucoup les autres pays. Après elle vient le Royaume-Uni, avec des importations qui n'atteignent pas la moitié de celles de l'Allemagne. La France occupe le troisième rang.

Pour de nombreuses raisons il est impossible de préparer des statistiques qui permettent une comparaison exacte entre les divers pays énumérés ci-dessus. Diverses méthodes de compter et des va-

riations dans la pratique générale s'y opposent; mais les chiffres ne sont pas sans intérêt et valent la peine d'être examinés attentivement.

EXPORTATIONS DE CIGARES DE LA HAVANE

Les chiffres suivants tirés du rapport de la Douane de Cuba, indiquent le nombre de cigares expédiés du port de la Havane dans tous les pays pendant la première quinzaine du mois de septembre:

	Cigares.
Etats-Unis	2,756,683
Royaume-Uni	2,602,421
Australie	432,829
Allemagne	413,447
Canada	378,950
Chili	245,382
Autriche	167,435
E.-U. de Colombie	134,044
République Argentine	115,400
Afrique Anglaise	51,000
Pérou	45,000
Costa Rica	22,350
Belgique	21,900
Diverses possessions africaines	20,500
Bolivie	16,250
Panama	16,200
Gibraltar	14,000
Vénézuéla	7,500
Portugal	6,925
Guatemala	6,200
Brésil	6,200
Iles Canaries	5,500
Mexique	4,500
Equateur	4,000
Grèce	3,200

ESSAYEZ LE NOUVEAU CIGARE

FORTIER'S CLEAR HAVANA

FAIT DES MEILLEURS TABACS DE LA HAVANE PAR DES CUBAINS.
MANUFACTURE PAR

J. M. FORTIER, Limitée, MONTREAL.

Indes Anglaises d'Orient . . .	3,000
Honduras	2,500
Espagne	2,500
Nouvelle-Zélande	2,000

Total du 1er sept. au 15 sept. 1907	7,508,716
Total du 1er jan. au 31 août 1907	88,804,996

Total du 1er jan. au 15 sept. 1907	96,313,712
Total du 1er jan. au 15 sept. 1906	179,696,370

Diminution en 1907 83,382,658

Pendant la deuxième quinzaine de septembre, les exportations ont été les suivantes:

	Cigares.
Etats-Unis	3,979,491
Grande-Bretagne	3,493,925
Allemagne	1,332,157
France	1,245,970
Canada	412,100
République Argentine	338,270
Espagne	170,050
Chili	118,250
Possessions françaises dans le Pacifique (Océanie)	103,600
Australie	56,000
Italie	43,050
Autriche	40,000
Chine Anglaise	35,000
Iles Canaries	32,750
Pérou	22,500
Belgique	22,100
Gibraltar	19,500
Vénézuëla	16,000
Portugal	14,200
Antilles Anglaises	13,000
Egypte	9,050
Uruguay	8,500
Iles Bermudes	6,000
Antilles hollandaises	4,450
Danemark	3,250
Brésil	2,600
Etats-Unis de Colombie	2,000
Mexique	2,000
Nicaragua	1,250

Total du 16 sept. 1907, au 30 sept. 1907	11,547,013
Du 1er jan. 1907, au 15 sept. 1907	96,313,712

Total du 1er jan. 1907, au 30 sept. 1907	107,860,725
Même période en 1906	190,204,949

Diminution en 1907. 82,344,224

TABAC ET CIGARES

Les physiiciens, les chimistes et les physiologistes (beaucoup d'entre eux sont des fumeurs) admettent que l'usage du tabac, avant que l'homme ne soit entièrement développé, amène toujours une déperdition de la force nerveuse et cérébrale et épuise ainsi la vie en affaiblissant le centre même de la force.

Dans toutes ses campagnes, lord Wolseley se faisait un devoir, quand c'était possible, d'allouer à chaque soldat une livre de tabac par mois, ce qu'il considérait comme une ration raisonnable. En Italie, les autorités militaires reconnaissent que le tabac est un des comforts essentiels aux troupes, et des cigares leur

sont distribués avec leurs rations journalières.

En France, il y a 6,000,000 de fumeurs; sur chaque quinzaine de ces fumeurs, huit fument la pipe, cinq fument des cigares et deux seulement fument des cigarettes. Cependant les Français consomment plus de 800,000,000 de cigarettes par an; cette quantité serait suffisante pour faire le tour du globe 500 fois, si ces cigarettes étaient placées bout à bout sur une seule ligne.

Pour la quantité totale du tabac récolté, les Etats-Unis rivalisent avec Cuba et les Philippines combinés. L'Inde Britannique suit de près les Etats-Unis. Il faut 6,500,000 acres pour la culture du tabac de l'univers.

Louisville est le plus grand marché de tabac du monde.

Les meilleurs tabacs viennent de Cuba et le tabac dont ils sont faits est cultivé dans le célèbre district Vuelta de Abajo, à l'ouest de la Havane. Ce district favorisé de la nature est situé sur les rives d'une rivière; la nature du sol est telle qu'en aucun endroit du globe on ne peut produire une feuille d'une qualité aussi excellente.

L'INDUSTRIE DE L'ECUME DE MER

Les journaux allemands traitant du commerce du tabac disent que l'industrie de l'écume de mer est probablement appelée à disparaître dans ce pays. La situation est désespérée et les manufacturiers de pipes, fume-cigare, etc., en écume de mer devront quitter les affaires ou entreprendre quelque autre ligne de manufacture. Ils ne peuvent pas se procurer une quantité suffisante de matière première et doivent payer un prix très augmenté pour les quantités insignifiantes qu'ils peuvent obtenir. Pendant les trois dernières années, les prix de l'écume de mer brute ont à peu près doublé et, en même temps, l'Amérique et l'Angleterre se sont assurés le contrôle de presque toute l'écume de mer que l'on peut encore obtenir. Récemment une petite consignation provenant de l'Asie-Mineure a été reçue en Allemagne—c'est la première depuis un certain temps. Une hausse de 30 pour cent environ sur le prix s'en est suivie immédiatement.

Presque tous les dépôts connus d'écume de mer sont épuisés, on n'en trouve plus que dans les mines de Eski-Schehir, en Asie-Mineure et le rendement de ces mines est très faible; les manufacturiers allemands ont été avertis qu'ils ne peuvent plus compter sur cette source d'approvisionnement. Le prix de l'écume de mer brute a été augmenté récemment de 50 pour cent.

Le bourg de Ruhla, dans la forêt de Thuringe, sera le plus affecté. Là, 3,000 à 6,000 ouvriers étaient employés depuis

plusieurs années dans l'industrie de l'écume de mer. Une spécialité de ce bourg est la fabrique des pipes en écume de mer et avec elle va celle des tuyaux de pipes, des couvercles, des montures, des bouts de tuyaux et des fume-cigare. La production annuelle s'élève en moyenne à 27,000,000 de couvercles de pipes, 19,000,000 d'étuis à pipe, 15,000,000 de tuyaux, 10,000,000 de bouts de tuyaux, 10,000,000 de fourneaux de pipes en porcelaine, 5,500,000 pipes en fausse écume de mer et 540,000 pipes en écume de mer véritable avec bouts en ambre, 5,000,000 de fourneaux de pipes en bois et 15,000,000 de pipes finies; cette production totale représente une valeur d'environ £300,000 par an. Les premières manufactures d'écume de mer furent fondées à Ruhla, en 1767. La fin de l'industrie de l'écume de mer est un coup dont le bourg de Ruhla pourra difficilement se relever, presque toute la population vivant de cette industrie.

D'après un numéro du journal "Tobacco World", le département du commerce et du travail aurait annoncé la découverte d'un nouveau gisement d'écume de mer au Nouveau Mexique. Les filons sont dans la chaîne de montagne Diablo, à environ vingt milles au nord-ouest de Pinos Altos. On a mis à nu deux véritables filons d'une longueur continue de 1,500 pieds chacun, dans lesquels il y a de l'écume de mer sur des largeurs de vingt pieds. On construit en ce moment une route allant des mines à Pinos Altos. Quand elle sera terminée, l'écume sera mise sur le marché. Jusqu'alors cette marchandise était fournie au monde entier par la Turquie.

Cigares

Une nouveauté qui promet bien d'être un plaisir durable pour des milliers de personnes, ainsi qu'un article payant au point de vue du marchand de tabac, c'est la Bande de Cigares nouveauté.

La collection des nombreux et beaux modèles de bandes de cigares et d'étiquettes a pris dans toutes les classes du public, et quelques-uns des dessins les plus fascinants peuvent être produits.

Le procédé est si simple que ceux qui ne connaissent rien des règles fixes du dessin, peuvent se servir de ces étiquettes pour produire les dessins les plus agréables et les plus beaux.

La Oliver Novelty Co., Toronto, a ouvert ce champ d'une manière qui donnera de grands bénéfices à tous les marchands de tabac et de cigares, en leur fournissant, comme elle le fait, des paquets assortis d'étiquettes, de nombreux genres de plaques, cendriers, plateaux à épingles, etc.

Nous attirons l'attention des marchands de tabac sur l'annonce de la Emporium Cigar Co. de St-Hyacinthe, Québec. Cette compagnie offre de fabriquer les cigares de tous genres, de marques spéciales et à tous les prix. Demandez renseignements et échantillons à la Emporium Cigar Co.



CIGARES LES PLUS POPULAIRES

Sir Wilfrid 10c.

SALVATOR	-	-	-	10c.
EL ASTRO	-	-	-	10c.
ROSA BELLA	-	-	-	10c.

Gilt Edge 5c.

S. CAMERON	-	-	-	5c.
FLORINA	-	-	-	5c.
TOURIST	-	-	-	5c.
RINALDO	-	-	-	5c.
MY SPECIAL	-	-	-	5c.
V. J. R.	-	-	-	5c.

*Quel que soit l'endroit où vous allez, demandez
les marques ci-dessus et savourez un bon cigare.*

The Eastern Cigar Co., Ltd., *Marieville, Qué*

J. O. LAPORTE, Représentant.

ST-JEAN, QUE.

CIGARES

Marques spéciales pour le Commerce

Nous sommes toujours prêts à accepter
des ordres pour manufacturer à des prix
très raisonnables

Tous les Genres de Cigares

aux "Marques Spéciales" que pour-
raient désirer nos clients, sur commande
de 5,000 cigares au minimum. . . .
Sur demande, nous enverrons des échan-
tillons.

The Emporium Cigar Co.,
ST-HYACINTHE, QUE.

Essayez seulement

≡ LE CIGARE ≡
PAPA
≡ A 10 Cents ≡

LE CIGARE DE QUALITÉ

Fabriqué par

L. N. HADD,

115, rue St-François-Xavier, - - MONTREAL.

Telephone Bell: Main 4581.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA

Cigarettes.	Par mille
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00
Pet, 1/10..	12.00
Sweet Caporal, en boîtes de 10...	8.50
Athlete, boîtes de 10 ou ppts 10s	8.50
Old Judge, en boîtes de 10s..	8.50
Majestic, 20s..	8.25
New Light, [tout tabac] 10s..	8.50
Sub Rosa [tout tabac] ..	8.50
Derby en ppts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55
Old Gold, 6 (600) 3.78; 1/10s...	6.30
Prince, 7, [700] 4.02; 10s..	5.75
Sweet Sixteen, ppts, 7s, 4.02; 10s.	5.75
Murad, Turques, bouts en papier	12.00
Mogul, Turques, bouts en papier ou en liège ..	12.00
Mogul Magnams, bouts en papier.	16.00
Dardanelles [Turques] bouts en papier 12.25, en liège ou argent.	12.50
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00
Yildiz Magnams, Bouts en papier, en liège ou en or, 10s. et 100s.	20.00
Virginia Brights, bte de 600, 3.50 .	5.83
High Admiral, 10s....	7.00
Gloria, 7s [700] 4.02; 10s..	5.75
Guinea Gold..	12.00
Otto de Rose, 10s..	12.50
Tabacs à cigarettes.	La lb.
B. C. No 1, ppts, 1/12, btes 5 lbs..	1.00
Puritan, ppts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00
Athlete, paquets ou boîtes, 1-12, boîtes 5 lbs. .	1.05
Derby, en tins, 1/4s....	.95
Vanity Fair, ppts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.20
Sultana, ppts, 1/12s, btes 5 lbs...	1.00
" 1/2 & 1 lb, ppts, btes 5 lbs.	.96
Gloria, ppts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00
Southern Straight Cut, paquets, 1/12s, btes 5 lbs....	.85
Old Judge, ppts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.45
Sweet Caporal, ppts 1/13s, btes 2 lbs....	1.15
Houde's Straight Cut No 1, ppts, 1/12s, boîtes 5 lbs....	1.00
Dufferin, ppts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00
Le Caporal, ppts, 1/12s, btes 5 lbs	1.00
Harem [Turque], ppts, 1/16s, btes 5 lbs....	1.35
Kiosk [Turque], paquets, 1/16..	1.92
Tabacs coupés à fumer.	La lb.
Old Chum —	
En tins, 1/6s....	1.00
En tins, 1/2 lb....	.85
En tins, 1 lb....	.85
Ppts, 1/10s, btes 5 lbs....	.85
En sacs, 1/5s., btes 5 lbs. .	.88
Puritan Cut Plug —	
Ppts, 1/11s, boîtes 5 lbs..	.85
En tins, 1/2 et 1/4 lbs. .	.85
En tins, 1/5s....	.93
En tins, 1 lb..	.83
Full Dress —	
En tins, 1/5 et 1/2 lbs..	.95
Meerschbaum —	
Ppts, 1/10s, btes 5 lbs..	.82
En tins, 1/2 lb....	.84
En sacs 1/5 btes 5 lbs .	.92
Ritchie's Smoking Mixture.	
Ppts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80
En tins, 1/4 lb..	.95
Ritchie's Cut Plug —	
Ppts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs..	.71
Cut Cavendish —	
Ppts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80

Durham —	
En sacs, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00
En sacs, 1/6s, btes 5 lbs..	1.00
En drums, 1 lb....	1.00
Virginity — drums, 1 lb....	1.25
Unique —	
Ppts, 1/15s, boîtes 5 lbs..	.65
Ppts, 1 lb, boîtes 5 lbs..	.61
Ppts, 1/2 lb., boîtes 5 lbs..	.60
Lord Stanley — tins, 1/2 lb..	1.05
Hand Cut Virginia — tins, 1/4 lb..	1.00
Duke's Mixture —	
Ppts, 1/10 lb, cartoons 2 lb..	.82
Perique Mixture —	
En tins, 1 lb. et 1/2 lb....	1.15
Athlete Smoking Mixture —	
1/2 and 1/4 lb. tins....	1.35
Pure Perique —	
1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.	1.75
St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins & 1/10 sacs....	1.20
P. X X X —	
1 lb. tins....	.95
1/2 lb. tins....	1.00
1/5 tins....	1.00
Handy Cut Plug —	
1/5 pouches, 5 lbs boxes .	.90
1/2 lb. jars..	.90
Old Virginia —	
1 lb. tins....	.78
1/2 lb. tins....	.80
1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes....	.72
1 lb. & 1/2 lb. pcks, 5 lb. boxes..	.72
Morning Dew Flake Cut —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.82
1-6 tins....	1.00
1/2 lb. tins....	.94
1-5 bags....	.88
Blue Star —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes. .	.83
Favorite — 1/2 lb. tins....	.69
Champaign Cut Plug —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80
1-5 tins....	1.00
1/4 lb. tins....	.96
Khaki —	
1-5 tins....	1.00
1/2 lb. tins....	.96
1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80
Red Star —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.83
Sweet Bouquet —	
1/2 lb. tins....	1.25
Maryland —	
1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.78
1/4 lb. tins....	.78
Gold Star —	
1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80
M. P. [Perique Mixture].	
1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes..	.88
Houde's Celebrated Mixture —	
1-8 tins....	1.35
Gold Crest Mixture —	
1/4 & 1/2 lb. tins....	1.35
Gold Dust —	
1-10 bags, 5 lb. boxes....	.88
1-12 bags, 5 lb. boxes....	.90
A. T. C. Mixture à fumer —	
En tins, 1/4 lb. .	1.40
En tins, 1-8 lb. .	1.45
Social Mixture	
Ppts 1-10 btes 5 lbs .	.75
En tins, 1-2 lb. .	.75
Seal of North Carolina —	
En tins de 1/2 et 1/4 lbs....	1.05
En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs....	1.05
1/12, 1/8 & 1/4s, ppts, btes 5 lbs	.95
Old Gold —	
1/12s et 1/8s, ppts, btes 5 lbs..	.95

En tins, 1/4s....	1.05
Ppts, 1/4s, btes 6 lbs..	.95
En jars, 1/2 lb....	1.05
Tabacs Ogden	La lb.
Beeswing —	
Tins décorées, 1s .	1.10
1/2 lb. tins, 4 lb. cartoons. .	1.15
1/4 lb. tins, 4 lb. cartoons .	1.18
1-8 pcks. 1 lb. cartoons .	1.18
1-16 pcks. 1 lb. cartoons. .	1.25
Ogden's Navy Mixture —	
1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.	1.26
Turret Navy Cut —	
1/4 lb. tins, 5 lb. cartoons.	
Mild .	1.36
Medium .	1.22
Full .	1.22
1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
Mild .	1.40
Medium .	1.26
Full .	1.26
1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,	
Mild .	1.50
Medium .	1.32
Full .	1.32
Tabacs américains à fumer	La lb.
Pride of Virginia —	
1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons .	1.36
Old English Curve Cut —	
1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons .	1.32
Bull Durham —	
1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb. cartoons..	1.25
Duke's Mixture —	
1-10 bags, 5 lbs. cartoons .	1.08
Richmond Gem Curly Cut —	
1-8 pcks., 5 lbs. cartoons .	1.43
1-4 pcks., 2 lbs. cartoons .	1.60
Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —	
1 lb. pcks., 5 lb. drums .	1.22
Tabacs américains à chiquer plugs	
Battle Ax — 12 lbs caddies .	.86
Piper Heidsieck—10 lbs caddies	1.20
Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.	1.15
Horseshoe — 12 lbs. caddies .	0.99
Star, 12 lbs. Cads. .	1.00
Climax, 12 lbs. Cads .	0.99
Spear Head, 18 lbs. Cads. .	0.99
THE EMPIRE TOBACCO COMPANY	
Tabacs à chiquer.	
Bobs, 5s., Cads 21 lbs., 1-2 Cads,	
12 lbs. .	38
Bobs, 10s., Butts, 24 lbs, 1-2 Butts,	
12 lbs. .	38
Bobs Bars, 5 3-5 cuts to the lb.,	
1-2 Butts, 10 lbs. .	38
Currency Bars, 9s., 10 cuts to the	
lb., Butts, 25 lbs., 1-2 Butts,	
12 1-2 lbs. .	38
Currency Navy, 2 x 4, 5 1-2s. to lb.,	
1-2 Butts, 11 1-2 lbs. .	38
Currency Navy, 10s., 1-2 Cads, 12	
lbs. .	38
Stag Bars, 5s., Butts, 16 lbs. .	38
Old Fox, 12s, butts 24 lbs, 1/2 butts	
12 lbs. .	48
Pay Roll, 10 1/2 oz. bars, 5 cuts to	
the bar, 7 1/2 cuts to lb, butts 20	
lbs. .	56
Pay Roll, 2 x 3, 7 to lb, 22 lbs.	
cads & 12 lbs. 1/2 cads. .	56
Pay Roll, 6 1/2 oz. bars, [thin]. 7 1/2	
spaces to the lb. boxes, 5 lbs..	56
Moose, 14 1/2 oz. Bars, 5 cuts to bar,	
5 1/2 cuts to lb., 1/2 butts. 8 lbs.	40
Black Watch 5s., 1-2 Butts 9 lbs.	
each .	36
Tabacs à fumer.	
Empire, 5s., 10s. .	36

Rosebud Bars, 6s., Butts, 20 lbs., Boxes, 5 lbs.	45
Amber, 8s, and 3s.	60
Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 17 lbs, butts. . .	50
Ivy, 1 1-2 x 4, 7s, 3 1-2 lbs. 1-2 Butts	50
Hudson, 8s cads, 20 lbs.	53
Pacific, 8s cads, 20 lbs.	53
Starlight, 1 1/2 x 4, 7s, 8 1/2 lbs., 1/2 butts	50

THE B. HOUE CO., LTD., QUEBEC

Cut Smoking Tobaccos

Trappeur—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes	\$.32
1-12 bags, 5 lbs. boxes48
1-2 and 1 lb. pcks.30
Comfort—	
1-8 bags, 5 lbs. boxes32
1-10 bags, 5 lbs. boxes40
1-12 bags 5 lbs boxes48
Casino—	
1-6 pcks. 5 lbs. boxes24
1-2 and 1 lb. pcks.20
O. K. No. 1.—	
1-7 tins to lbs. wooden boxes56
1-6 pcks. 5 lbs. boxes50
O. K. Mixture—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Herse Shoe Solace—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes43
1-2 and 1 lb. pcks.41
1 lb. pck. with pipe inside pcks. .	.43
1-2 lb. tins43
Gold Block—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-12 and 1-6 bags, 5 lbs. boxes .	.50
Brown Shag—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.38
Signum Cut Plug—	
1-12 bags, 5 lbs. boxes43
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 lbs. pcks.38
1-7 tins 10 lbs. wooden boxes . .	.56
1-2 tins48
Carillon (for Smoking and Chewing).	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
Corno—	
1 lb. pck. with pipe inside pcks. .	.33
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
Lion Brand—	
1-12 (paper bargs), 5 lbs. boxes .	.35
Calabresse—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Houde's No. 1—	
1 lb. pck. with pipe inside pcks. .	.44
1-6 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.39
Micmac—	
1-10 (paper bags), 5 lbs. boxes .	.30
Houde's Fine Cut—	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes .	.52
Hudson—	
1-12 pcks. 3 lbs. boxes52
1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Golden Leaf—	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes .	.48
1 lb. tins54
1-2 lb. tins58
1-4 lb. tins65
Rainbow—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes70
1-2 lb. tins73
1-4 lb. tins78
1-5 lb. bags, 5 lbs. boxes78
Cremo—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes52
Natural Cut Smoking Tobaccos	
Parfum d'Italie—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes43
Mon Ami (Pure Quesnel)—	
1-8 pcks. 3 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.50
Red Cross—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 pcks.40

1-7 bags, 5 lbs. boxes55
Tiger—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes22
Montcalm—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes30
1-4, 1-2 and 1 lb. pcks.30
Zouave—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes31
1-2 and 1 lb. pcks.30
Encore—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes49
1-2 and 1 lb. pcks.38
1-6 bags43
Rouge & Quesnel—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes38
1-5-1-2 and 1 lb. pcks.35
Mon Plaisir—	
1-9 pcks. 2 and 5 lbs. boxes . .	.70
Quesnel—	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.40
Houde's Best one Dollar Mixture—	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.80
Gold Cross—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. pck.50
Napoleon—	
1-10 pcks. 4 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.35
Blue Cross—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
1-2 and 1 lb. pcks.30
Golden Broom—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
1-2 lb. pcks.31
Houde's Sixty cents.—	
1-6 pcks. 5 lbs. boxes50
Cigarette Tobaccos	
Rugby—	
1-8 (slide-boxes), 5 lbs. boxes .	.62
1-14 pcks. 5 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.60
Petit Bleu—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. foil pcks.40
L. L. V.—	
1-2 lb. foil pcks.36
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Petit Poucet—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes48
Le Petit Jaune—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Tri Color—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55
Swoboda—	
1-9 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes .	.64
Carlo—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55
Fine Cut Chewing	
Chocolate Fine Cut—	
1 lb. tins60
Plug Chewing	
Spun Roll—	
1-16 1 lb. boxes60
Natural Pressed Cut	
Original—	
1-4 lb. pcks. 5 lbs. boxes60
Sliced Plug Cut	
Transfer—	
1-7 (slide boxes), 5 lbs. boxes .	.50
Atlas—	
1-6 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes .	.44
Alice—	
1-7 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes .	.52
Bamboo (Curved Cut.)—	
1-10 tins, 3 lbs. boxes78
CIGARETTES	
Pearls—	par 1000
10s with mouth pieces 500 par bte	4.00
Dufferin—	
10s 500 par boîte	4.50
Cadet—	
10s 500 par boîte	4.00
Landry's Light Snuff—	Kegs ou Jars
Rose No. 128
Merise28
Rose extra32

Macaba	34
Scotch, (1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48
Grand'Mère 1-16 boxes55
Houde's Dark Snuff—	
Natural29
Rose No. 130
Rose & Bean30
Rose Extra32
Merise30
Macaba37
Scotch (in 1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares	Le mille
Three Little Champions for 5c.1/5.... 12.50
Côté's Fine Cheroots.1/10.... 15.00
Quebec Queen.1/20.... 15.00
V. II. C.1/20.... 25.00
My Best.1/20.... 25.00
Doctor Faust.1/20.... 28.00
Doctor Faust1/40.... 30.00
St-Louis [union].1/20.... 33.00
Martin [union].1/20.... 35.00
Havana Seconds1/20.... 35.00
Champplain1/20.... 35.00
V. C. [Union].1/20.... 36.00
Martha [union].1/20.... 55.00
El Sergeant Premium1/40.... 55.00
El Sergeant R. V. C.1/10.... \$60.00
J.C. Cl. Havane, Puritanos 1/20. .	75.00

Tabacs Canadiens en feuilles

Balles de 25 et 50 lbs.

Connecticut B. 25 et 50	1905	0.13	0.14
Grand Havane B 25 et 50	1905	0.13	0.14
Parfum d'Italie A.	1905	0.00	0.30
Belgique	25s. 1905	0.00	0.25
Petit Canadien	1904	0.00	0.25
Petite Plug 1-6	1905	0.10	0.12
Quesnel A. M.	1905	0.00	0.35
Rôle J. C., No 40, 1-4	1905	0.00	0.32
Rouge A.	1905	0.18	0.20
Rouge G.	1900	0.18	0.20
Rouge Quesnel A.	1904	0.00	0.25
Spread Leaf, Rouge	1905	0.15	0.16
S. Nouveau	1905	0.00	0.15
Petit Havane	1905	0.18	0.20
S. Vieux	1904-1905	0.16	0.17

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs. . .	48
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs.	48
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs.65
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs.60
Quesnel, 1/2, quantité à volonté. .	.60
Côté's choice mixture, 1/4 tin.75
Côté's choice mixture, 1/2 tin.70
Côté's choice mixture, 1 lb.65
Tabac en poudre: Rose, 32 cts.; Rose et Fève, 32 cts.; Fève, 32 cts.; Rose Extra, 34 cts; Râpé, \$1.25; Macaba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 32 c.	

THE EMPORIUM CIGAR CO., SAINT-HYACINTHE

Cigares	Le mille
Club House.1/20.... \$20.00
Le Petit Gars.1/20.... 22.00
Little Perfectos.1/20.... 26.00
El Maska.1/20.... 25.00
Red Bluff1/20.... 25.00
La Captiva1/20.... 25.00
The Good Ones.1/20.... 28.00
Our Leader.1/20.... 28.00
Peruna1/20.... 35.00
Mont-Pelée.1/20.... 35.00
Sir George.1/20.... 55.00
Representative1/20.... 45.00
Emporium.1/20.... 55.00
Emporium1/40.... 60.00

Our Clear Havana	1/20....	55.00
La Pedida	1/20....	60.00
El Corso.	1/20....	70.00
La Pededa	1/10....	90.00
Los Angeles	1/40....	100.00

IMPORTED TOBACCOS

WILLS'S SMOKING TOBACCO

Capstan Navy Cut.

Air tight tins.

Mild	1-2	1.33
"	1-4	1.35
"	1-8	1.42
"	1-16	1.59
Medium	1-2	1.20
"	1-4	1.22
"	1-8	1.30
"	1-16	1.40
Full	1-2	1.29
"	1-4	1.22
"	1-8	1.30
"	1-16	1.39

Decorated tins.—

Mild	1-16	1.48
Medium	1-16	1.36
"	1-8	1.30

Traveller.

Decorated hinged tins	1s.	1.12
Decorated hinged tins	1-2	1.16
Decorated hinged tins	1-4	1.18
Air tight tins	1-4	1.18
Flat foil pkts.	1-8	1.17
Flat foil pkts.	1-16	1.17

Westward Ho Mixture.

Air tight tins	1-4	1.18
Air tight tins	1-8	1.26
Paper pkts., foil	1-8	1.12

Ocean Mixture.

Round tins	1s.	1.00
Air tight tins	1s.	1.05
Air tight tins	1-4	1.10
Air tight tins	1-2	1.04

Latakia.

Air tight tins	1-2	1.59
Air tight tins	1-4	1.59

Black Cut Cavendish.

Air tight tins	1-4	1.25
Air tight tins	1-8	1.25

Gold Flake.

Air tight tins	1-4	1.35
Paper pkts., foil	1-8	1.35

Liverpool Irish Twist.

Air tight tins	3 lbs.	0.98
Tagger tins (2 lbs. coils) 10 lbs.		0.98
Air tight tins (2½ lbs. coils) 5 lbs.		0.98

Superfine Shag.

Air tight tins	1-4	1.30
Air tight tins	1-8	1.35

Old Friend Shag.

Air tight tins	1-4	1.00
--------------------------	-----	------

WILLS'S CIGARETTE TOBACCOS.

Three Castles.		
Air tight tins.		
Mild	1-2	1.55
"	1-4	1.60
"	1-8	1.65
Medium	1-4	1.59
"	1-8	1.55
Paper Pkts., foil		
Medium	1-8	1.50
"	1-16	1.40
Mild	1-16	1.60

Best Bird's Eye.

Air tight tins	1-4	1.30
Air tight tins	1-8	1.37
Paper pkts., foil	1-8	1.25

Bright Bird's Eye.

Air tight tins	1-4	1.10
--------------------------	-----	------

Bristol Bird's Eye.

Air tight tins	1-4	1.20
--------------------------	-----	------

PLAYER'S SMOKING TOBACCOS

Navy Cut.

Air tight tins—

Mild	1-2	1.35
"	1-4	1.36
"	1-8	1.46
"	1-16	1.54
Medium	1-2	1.16
"	1-4	1.18
"	1-8	1.27
"	1-16	1.36
Full	1-2	1.16
"	1-4	1.18
"	1-8	1.27

Navy Mixture.

Decorated Lever lid tins	1-4	1.36
Paper pkts., foil	1-8	1.36
Paper pkts., foil	1-16	1.36

PLAYER'S CIGARETTE TOBACCOS

Navy Cut.

Flat tins	1-8	1.50
---------------------	-----	------

RICHMOND CAVENDISH CO'S SMOKING TOBACCOS

Pioneer.

Flat tins	1-2	1.16
Flat tins	1-4	1.29
Air tight tins	1-4	1.18
Paper pkts., foil	1-8	1.20
Paper pkts., foil	1-16	1.24

Richmond Smoking Mixture.

Round tins	1-4	1.10
----------------------	-----	------

Gem of the Ocean Shag.

Air tight tins	1-4	1.06
--------------------------	-----	------

Superfine Shag.

Air tight tins	1-4	1.13
--------------------------	-----	------

LAMBERT & BUTLER'S SMOKING TOBACCOS.

Log Cabin.

Air tight tins	1-4	1.18
Air tight tins	1-8	1.27
Paper pkts., foil	1-8	1.15

Sundried Honeydew.

Air tight tins	1-4	1.40
--------------------------	-----	------

Viking.

Air tight tins		
Medium	1-4	1.20
"	1-8	1.25

Varsity Mixture.

Air tight round tins	1-4	1.85
--------------------------------	-----	------

Frontier Mixture.

Air tight round tins	1-4	1.60
--------------------------------	-----	------

Prince of Wales Mixture.

Air tight round tins	1-4	1.50
--------------------------------	-----	------

Garrick Mixture.

Air tight tins	1-2	2.25
Air tight tins	1-4	2.25
Air tight tins	1-8	2.25

LAMBERT & BUTLER'S CIGARETTE TOBACCOS.

May Blossom.

Air tight tins	1-4	1.50
Air tight tins	1-8	1.60

MCDONALD'S TOBACCOS

Cut Golden Bar.

Air tight tins.—

Mild	1-4	1.45
"	1-8	1.50
Medium	1-4	1.45
"	1-8	1.50
Full	1-8	1.50

F. & J. SMITH'S SMOKING TOBACCOS.

Glasgow Mixture.

Air tight round tins	1s.	1.28
Air tight round tins	1-2	1.31
Air tight round tins	1-4	1.31
Air tight round tins	1-8	1.36

Sun Cured Mixture.

Air tight round tins	1s.	1.35
Air tight round tins	1-2	1.36
Air tight round tins	1-4	1.36
Air tight round tins	1-8	1.42

AMERICAN SMOKING TOBACCOS.

Van Bibber Cut Plug.

1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons	1.25
---	------

Just Suits Cut Plug.

1-10 pkts. 5 lbs. cartons	1.10
-------------------------------------	------

Sensation Cut Plug.

1-10 pkts. 5 lbs. cartons	1.10
-------------------------------------	------

Havelock (Australasian) Cut Plug.

(Dark or Aromatic).

1-10 pkts. 5 lbs. cartons	1.25
-------------------------------------	------

CIGARETTES

Social.	Per box of	Per M.
In slide boxes of twenty	500	3.33 6.65

Gold Crest.

In slide boxes of twenty	500	3.33 6.65
--------------------------	-----	-----------

Vanity Fair.

In slide boxes of ten	500	3.65 7.30
---------------------------------	-----	-----------

Vice Roy (Little Cigars).

In slide boxes of ten	500	4.25 8.50
---------------------------------	-----	-----------

Egyptian Deities No. 1.

In slide boxes of ten	500	13.50 27.00
---------------------------------	-----	-------------

Egyptian Deities No. 3.

In slide boxes of ten	500	10.00 20.00
---------------------------------	-----	-------------

WILLS'S CIGARETTES

Three Castles.

	Per M.
--	--------

Air tight tins of fifty	15.00
-----------------------------------	-------

In fancy flat tins of ten	16.00
-------------------------------------	-------

In cartons of ten	15.00
-----------------------------	-------

Three Castles (Gold tipped).

In flat tins of fifty	19.00
---------------------------------	-------

In flat tins of ten	20.00
-------------------------------	-------

In flat tins of twenty	19.50
----------------------------------	-------

Gold Flake.

In air tight tins of fifty	12.50
--------------------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In slide boxes of ten	12.50
---------------------------------	-------

Capstan (Mild).

In air tight tins of fifty	12.00
--------------------------------------	-------

In cartons (with mouthpieces)	
-------------------------------	--

of ten	12.50
------------------	-------

In cartons of ten	12.00
-----------------------------	-------

Capstan (Medium).

In air tight tins of fifty	12.00
--------------------------------------	-------

In cartons of ten	12.00
-----------------------------	-------

In cartons of ten (with mouth-	
--------------------------------	--

pieces)	12.50
-------------------	-------

Wild Woodbine.

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

LAMBERT & BUTLER'S CIGARETTES

Garrick Mixture.

	Per M.
--	--------

In air tight tins of fifty	19.00
--------------------------------------	-------

PLAYER'S CIGARETTES

Navy Cut (Mild).

	Per M.
--	--------

In cartons of ten	13.00
-----------------------------	-------

In air tight tins of fifty	13.00
--------------------------------------	-------

In flat tins of hundred	13.50
-----------------------------------	-------

In cartons of seven	14.29
-------------------------------	-------

In flat tins of fifty	13.50
---------------------------------	-------

Navy Cut (Medium).

In air tight tins of fifty	13.00
--------------------------------------	-------

In flats tins of ten	14.00
--------------------------------	-------

In convex packages of ten	14.00
-------------------------------------	-------

In cartons of ten	13.00
-----------------------------	-------

In flat tins of hundred	13.50
-----------------------------------	-------

Drumhead.

In cartons of ten	10.50
-----------------------------	-------

Pioneer.

In cartons of ten	11.50
-----------------------------	-------

AMERICAN TOBACCO CO.'S

CIGARETTES

Turkish Trophies.

Put up in plain and cork tips.

	Per M.
--	--------

In boxes of ten	22.50
---------------------------	-------

JOS. COTÉ

**Importateur et Marchand
de Tabac en Gros**

Maison Fondée en 1887

ARTICLES POUR FUMEURS



Cigares Importés,
Cigarettes Egyptiennes,
Pipes en Bruyère et
en Ecume de Mer,
montées sur or et sur argent.

Entrepot : - = = = 119 Rue St-André
Bureau et Magasin : - = - - 188 Rue St-Paul
Succursale : - El Sergeant Cigar Store, 179 rue St-Joseph,

— QUEBEC. —

PHONE 1272



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumé.

"LANCET."

MONTREAL

VOL. VI



DECEMBRE 1907

No 12

LIQUEURS ET TABACS

LIQUORS & TOBACCOS

HOGEN MOGEN

ET

ROYAL SPORT

Rois dans la
Ligne des Cigares



Vous avez cherché un article leader pour votre département de tabac. Les marques ci-dessus sont toutes deux les meilleures de leur classe. Il nous a fallu huit ans pour produire une telle perfection dans la qualité des cigares, mais nous avons été récompensés par des ventes énormes. Ces cigares sont profitables à tenir. Ecrivez-nous aujourd'hui et nous vous en expédierons un mille à titre d'essai.

Sherbrooke Cigar Co. = = Sherbrooke, Que.

MAISON
FONDÉE EN 1827

SCOTCH WHISKY DE ROBERTSON

LA MARQUE
La plus ANCIENNE



SEULS AGENTS POUR LE CANADA:

JOHN ROBERTSON & SON, Ltd., - Distillateurs à Dundee, Ecosse

BUREAUX AU CANADA:

MONTREAL, 41 rue des Communes
(Bureau Principal)
WINNIPEG, 315 Avenue William
VANCOUVER, coin des rues Richard et Hastings

SEULES AGENCES:

MOET ET CHANDON, Champagnes
J. H. DENIS MOUNIÉ, Cognac
D. GONI FEUERHEERD & Co., Sherries
D. MATT FEUERHEERD & Co., Vins de Port

Gérant Général: HENRY O. WOOTTEN
Gérant à Montréal: GEO. W. DOW
Secrétaire: JAMES SOUTAR



LIQUEURS ET TABACS—Revue Mensuelle publiée par la Compagnie de Publications Commerciales (The Trades, Publishing Co'y), 25 rue Saint Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2547, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance, France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration. Il ne cessera que sur **un avis par écrit**, adressé au **bureau même** du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toute communication simplement comme suit : **LIQUEURS ET TABACS, MONTREAL, Canada.**

Organe officiel de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et de Liqueurs de la Cité de Montréal.

Official organ of the Licensed Victuallers' Association of the City of Montreal.

VOL. VI

MONTREAL, DECEMBRE 1907

No 12

ASSEMBLEE GENERALE

DE

L'Association des
COMMERÇANTS LICENCIÉS

de Vins et de Liqueurs

De la Cité de Montréal,

— AU —

Monument National

MERCREDI
4 DECEMBRE 1907

A 3 hrs p.m. très précises

Pour la nomination des
Président
Vice-Président,
Secrétaire-Trésorier,
Directeurs et Aiseurs,

T. S. V. P.

GENERAL MEETING

— OF THE —

LICENSED VICTUALLERS'
ASSOCIATION

OF MONTREAL,

— IN THE —

Monument National

WEDNESDAY
4th of December 1907,

At 3 p. m. sharp.

For the Nomination of
President,
Vice President,
Secretary-Treasurer,
Directors and Advisors.

OVER.

Association des Com-
merçants Licenciés
de Vins et de Li-
queurs de la Cité
de Montréal : : :

Incorporée en Juin 1884.

VICTOR LEMAY
Président.

L. A. LAPOINTE,
Secrétaire.

DIRECTEURS :

H. A. DANSEREAU,
NAZAIRE GAUTHIER,
JOS. BARITEAU,
NAP. TREMBLAY,
A. J. AYOTTE,
EUG. MASSE,

ANDREW J. DAWES.
LAWRENCE A. WILSON
E. L. ETHIER, A. BLONDIN.

Prés. Hon.



JAS. MCCARREY
Vice-Prés.

VICTOR BOUGIE,
Trésorier.

AVISEURS :

Maire H. A. EBERS,
M. MARTIN, M. P.
Ech. C. ROBILLARD,
MM. THOS. KINSELLA,
H. LAPORTE,
Ex-Maire
J. M. WILSON,
J. M. FORTIER,

Licensed Victuallers'
Association of
Montreal: : : :

Incorporated June, 1884.

Aviseur Légal : M. J. L. PERRON,
Auditeurs : F. A. CHAGNON et DAN. DAIGNEAULT.

TELEPHONES: { Bell Main 4187,
Des Marchands 621

Bureau: 66 Rue St Jacques.

Assemblée Générale

General Meeting

MONTREAL, le 2 DÉCEMBRE 1907.

MONTREAL, DECEMBER 2nd, 1907.

MONSIEUR, — L'Assemblée Générale Mensuelle des Membres de l'Association aura lieu mercredi, le 4 décembre 1907, à trois heures p.m., très précises au **Monument National**, No 296, Boulevard St-Laurent, Chambre No. 11.

Vous voudrez bien ne pas oublier qu'à cette assemblée, seront mis en nomination, les candidats aux charges de Président, Vice Président, Secrétaire, Trésorier, Directeurs et Aviseurs de l'Association pour l'exercice de 1908 conformément à l'Article XII des Règlements.

Les **nominations** devront être faites par écrit, proposées et secondées par des **membres en règle** avec l'Association, puis **déposées** entre les mains du **Secrétaire** avant l'Assemblée.

Les membres **arriérés** sont respectueusement informés que le temps pour payer leur contribution annuelle, afin de se mettre en règle **pour voter** à l'élection des officiers, **expire le 1er janvier 1908**, la veille de l'assemblée annuelle.

LES MEMBRES SERONT INVITES A DONNER LEUR OPINION SUR L'AUGMENTATION DU PRIX DE CERTAINES BOISSONS PAR LES MARCHANDS DE GROS ET SUR L'OPPORTUNITÉ D'EN AUGMENTER LE PRIX AU VERRE.

Vous êtes respectueusement prié d'assister à cette assemblée.

Par ordre,

LE SECRÉTAIRE.

SIR.—The General Monthly Meeting of the Association will be held on Wednesday, December 4th, at 3 p.m. sharp, in the **Monument National**, No. 296 St. Lawrence Boulevard, Room No. 11.

You are requested not to forget that at this meeting there will be placed in nomination candidates for all offices of the Association for 1908 in accordance with Article XII of the By Laws governing such procedure.

All nominations with the names of **Proposer** and **Second** must be placed in writing in the hands of the Secretary **before the Meeting is called to order**. No nomination will be accepted unless **Proposer** and **Second** are in **good standing**.

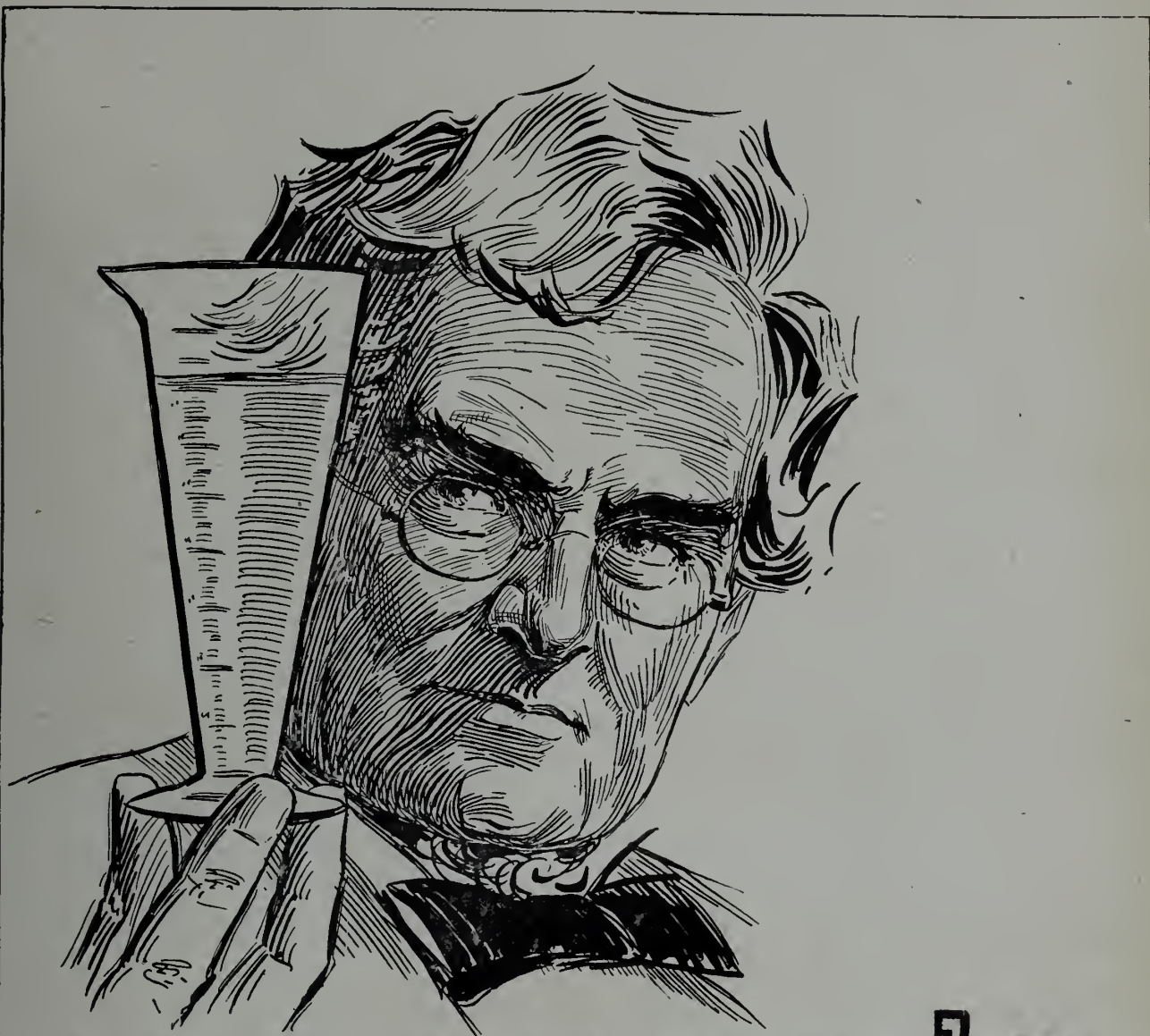
Members in **arrears** are respectfully informed that the time for paying annual dues, in order to be qualified **to vote** at the annual election of officers, **expires on January the 1st 1908**, the day before the annual meeting.

THE VIEWS OF MEMBERS WILL BE INVITED IN CONNECTION WITH THE RECENT ADVANCE BY WHOLESALEERS IN THE PRICE OF CERTAIN LIQUORS AND ON THE OPPORTUNITY OF INCREASING THE PRICE BY THE GLASS.

You are respectfully requested to attend this meeting.

By order,

THE SECRETARY.



**DEWAR'S
WHISKY**

AUX MEMBRES

Messieurs,—J'ai l'honneur de vous informer que, jusqu'à cette date, les membres affiliés et les maisons d'affaires suivantes sont en règle avec l'Association pour l'année 1907, à savoir :

Brasseurs — Brewers

- MM. Dawes & Co
- " Wm. Dow & Co.
- " J. H. & R. Molson, Bros.
- " Canadian Breweries, Ltd.
- " Montreal Brewing Co.
- " G. Reinhardt & Sons.
- " Reinhardt & Co.

Agents de Brasseries—Brewery Agents.

- MM. J. W. Moffat, (Labatt's).
- " F. Paquette.
- " Geo. Sorgius.
- " J. G. Vinet.

Eaux Minérales Naturelles.

- MM. Radnor Water Co.

Mfrs d'Eaux Gazeuses — Aerated Water Mfrs.

- MM. C. Robillard & Cie.
- " T. E. Truesdell (Chs. Gurd & Co.)
- " J. Christin & Cie.
- " Jos. Lecompte
- " Robert Millar
- " Robert Allan
- " J. E. Rowan.

Vijs et Liqueurs—Wines and Liquors

- MM. Lawrence A. Wilson Co. Limited.
- " F. X. St. Charles & Cie.
- " Jodoin, Maloney & Lawrence, Ltd.
- " F. Arpin & Cie, Marieville
- " Meagher Bros. & Co.
- " D. Masson & Cie.
- " J. M. Douglas & Co, (a'ts, John Dewar & Sons, ltd.)
- " Boivin, Wilson & Cie.
- " Hudon, Hébert & Cie, Ltée.
- " Laporte, Martin & Cie, Ltée.
- " L. Chaput, Fils & Cie.
- " Wm. Farrell, Ltd.
- " N. Quintal & Fils.
- " Gillespies & Co., (Agt., E. W. Parker.)
- " H. O. Wootten, Mgr (J. Robertson & Son, Ltd.)
- " L. P. Pelletier, succ. Mathieu & Frère.
- " A. E. Mallette & Cie.

Distillateur — Distiller

- M. H. Corby, Belleville, Ont.

AVIS

Chaque mois vous serez avisés des maisons d'affaires additionnelles qui se seront mises en règle avec l'Association.

Les Membres Licenciés (Hôteliers et Restaurateurs) sont priés d'exiger de leurs fournisseurs les certificats d'affiliation, émis par l'Association, afin qu'ils se qualifient s'ils ne l'ont pas fait déjà.

A moins de circonstances absolues, les Membres Licenciés, dans tous les cas, ne devraient acheter que de ceux du Commerce qui sont membres en règle avec l'Association.

LE PAIEMENT DES CONTRIBUTIONS EST EXIGÉ

J'ai reçu instruction du Bureau de Direction d'exiger le paiement des contributions de 1907 et des arrérages dûs à l'Association. En conséquence, ceux qui n'ont pas encore payé sont priés d'en faire parvenir le montant au Secrétaire aussitôt que possible.

J'ai l'honneur d'être, Messieurs,

Votre obéissant serviteur,

L. A. LAPOINTE,
Secrétaire.

TO MEMBERS

Sirs,—I have the honor to inform you that up to date the following Business Firms and affiliated members are in good standing with the Association for the year 1907, viz :

Extraits de Bœuf, etc.—Beef Extracts, etc.

- MM. Bovril Limited—Fluid Beef.
- " Colonial Fluid Beef.

Embouteilleurs—Bottlers

- MM. John Bishop.
- " Thos. Kinsella.

Comptables—Accountants

- MM. Alex. Desmarteau.
- " F. X. Bilodeau.

Fabricants de Cigares—Cigar Manufacturers

- MM. Médéric Martin.
- " W. R. Webster & Co. (Sherbrooke).
- " L. O. Grothé & Cie.
- " S. Davis & Sons.
- " P. Chaput, (La-Champagne).
- " V. Forest.
- " J. M. Fortier
- " H. Simon & Sons.
- " Armand Larne
- " E. N. Cusson & Cie.
- " Harris, Harkness & Co.
- " Z. Davis.
- " Poirier & Frères.
- " Ed. Youngheart & Co.
- " The Tuckett Cigar Co.

Divers — Miscellaneous

- MM. Chs. C. DeLorimier, fleuriste.
- " Edouard Biron, Notaire Public.
- " Otto Zepf, Mch. de Bouchons
- " Cousin-au, Raymond & Hall, Agts. d'Imm.
- " A. P. Pigeon, Imprimeur.
- " Alfred Richard, Maître Boucher.
- " Thos. Burdett, Pompes à Bière, etc.
- " C. E. Thibault, Eut. Plombier.
- " E. Lafond, Fleuriste.
- " R. L. Montbriand, Architecte.
- " H. Bourgie, Entrepreneur Pompes Funèbres.
- " H. C. Grégoire, Verrieres.

Marchands Merchants

- MM. Siméon Beaudin, Valleyfield.
- " H. H. Guay, Victoriaville.
- " J. O. Girard, Fraserville.
- " L. Bécigneul, Lac Mégantic.
- " P. Simard, St Jérôme.
- " Max. Desilets, Grand Mère.

NOTICE

Each month you will be notified of the additional Business Houses which will be in good standing with the Association.

The Licensed Members (Hotel and Restaurant keepers) are requested to ask from their furnishers, certificates of affiliation, issued by the Association, so that they may qualify themselves if they have not done so already.

Unless circumstances absolutely prevent it, License Holders, in all cases, should only purchase from those in the Trade who are Members in good standing with the Association.

FEES ARE NOW DUE

I have received instruction from the Board of directors to collect the fees of 1907 and arrears due to the Association. Consequently those who have not yet paid are requested to send in the amount to the Secretary, as soon as possible.

I have the honor to be, Sir,

Yours truly,

L. A. LAPOINTE,
Secretary.

JOHN HOPE & CO., MONTREAL.

Seuls Agents au Canada de :

MM. John de Kuyper & Son.....	ROTTERDAM.....	<i>Gin de Hollande</i>
“ Martell & Co.....	COGNAC.....	<i>Cognacs.</i>
“ Jules Robin & Co.....	“	<i>Cognacs.</i>
“ Cockburn, Smithes & Co.	OPORTO.....	<i>Vins de Port.</i>
M. M. Misa.....	XERES DE LA FRONTERA...	<i>Sherries.</i>
“ S. Darthez.....	REUS (TARRAGONE).....	<i>Ports Tarragone.</i>
MM. Barton & Guestier.....	BORDEAUX.....	<i>Clarets, Sauternes et Huile d'Olive.</i>
“ Rodel & Fils Freres	“	<i>Sardines, Pois et Conservees.</i>
“ Deinhard & Co.....	COBLENZ.....	<i>Hocks et Moselles.</i>
“ C. Marey & Liger-Belair.....	NUITS.....	<i>Bourgognes.</i>
“ E. & J. Burke, Limited.....	DUBLIN & LIVERPOOL.....	<i>Guinness's Stout, Bass's Ale, Whiskies Irlandais et Rhum de la Jamaïque.</i>
“ C. G. Hibbert & Co.....	LONDRES	<i>Bass's Ale.</i>
“ Bulloch, Lade & Co., Limited.	GLASGOW.....	<i>Whiskies Ecossais.</i>
“ Cantrell & Cochrane, Limited.....	BELFAST ET DUBLIN..	<i>Ginger Ale, Club Soda, etc.</i>
“ Field, Son & Co.....	LONDRES.....	<i>Sloe Gin, Orange Bitters, Rhum de la Jamaïque.</i>
Booth & Co's. (LONDRES)..... <i>Old Tom et Dry Gin.</i>		

ASSOCIATION DES COMMERÇANTS LICENCIÉS EN VINS ET LIQUEURS DE LA CITE DE MONTREAL.

Assemblée générale mensuelle

A une assemblée générale mensuelle tenue le 6 novembre 1907, au Monument National, M. James McCarrey, vice-président, a occupé le fauteuil en l'absence du président, M. Victor Lemay.

Étaient présents: MM. V. Bougie, Naz. Gauthier, A. J. Ayotte, Jos. Bariteau, Eug. Masse, H. A. Dansereau, Nap. Tremblay, W. Courville, H. Piché, H. Villeneuve, Jos. Roch, P. McGoogan, A. Baillargeon, Edm. Archambault, D. St-Cerny, Louis St-Germain, Camille Thonin, R. Renaud, Jos. Caillé, P. Thibault, F. Lachapelle, N. Trudeau, Adélard Tremblay, C. Gosselin, P. Scullion, T. Bougie, George St-Denis, E. Ménard, F. A. Chagnon, Jos. Dupré, J. A. Aumais, Philippe Roussel, A. Blondin, D. Corbeil, H. Lafleur, P. Langlois, A. Daignault, S. Issemman, U. Crépeau, H. Boisbriand, Théophile Goulet, Oscar Dugas, Xavier Paquette, F. A. Charpentier, J. E. Beaudoin, L. Pozner, E. Thibault, Jos. Boyer, A. J. O'Neil, Jos. Landry, Jos. Godbout, S. E. Crawford, M. Carsley, F. X. St-Jean, John Love, Z. St-Jean, F. G. Gallagher, B. Law, O. Charest, Art. Bonneau, Jas. Walker, J. O. Girard, Jos. Dompousse, Alphonse Labelle, H. A. Lévesque, V. Théorêt, W. Cadieux, Michael Murphy et le secrétaire ainsi qu'un grand nombre d'autres.

Les minutes de la dernière assemblée sont lues et approuvées.

Le rapport du trésorier est soumis et approuvé.

La liste des membres, au nombre de 24, admis depuis la dernière assemblée, est soumise.

Après quelques remarques et recommandations de la part du président et du secrétaire relativement aux devoirs des membres en vue de leur demande de renouvellement de licence, l'opinion de l'assemblée est demandée par M. Victor Bougie sur l'augmentation du prix de certaines boissons par les marchands de gros, et sur l'opportunité d'en augmenter le prix au verre. Après une longue discussion à laquelle ont pris part: le président de l'assemblée, le trésorier, le secrétaire et MM. Ls Pozner, A. J. O'Neil, Alp. Labelle, A. Blondin, E. Beaudoin, P. Scullion, V. Théorêt et autres, la question ayant été adoptée par une grande majorité (cinq seulement ayant voté contre), il est définitivement proposé par M. Naz. Gauthier, secondé par M. A. Blondin:

"Que la question soit renvoyée devant le bureau de direction avec instruction de convoquer un membre de l'Association, de chaque quartier de la ville, un hôtelier dans les banlieues ou un représentant des Sociétés sœurs s'il en existe, à

une assemblée, pour y étudier toute la question et faire rapport."

La proposition est adoptée à l'unanimité.

Puis, l'assemblée s'ajourne.

ASSEMBLEE DU BUREAU DE DIRECTION

A une assemblée du bureau de direction tenue ce jour sous la présidence de M. Victor Lemay, étaient présents:

MM. James McCarrey, Victor Bougie, Napoléon Tremblay, Joseph Bariteau, A. J. Ayotte, Naz. Gauthier, Eug. Masse, H. A. Dansereau et le secrétaire.

Au début de la séance, M. Lawrence A. Wilson, attire l'attention des directeurs sur la conférence faite, dimanche dernier, le 27 de ce mois, au Monument National, lors de la fête de la Fédération Nationale St-Jean-Baptiste, à laquelle ont pris part: M. le juge Sicotte; le Dr Lemieux, M.P.P. pour Gaspé et Mgr l'Archevêque Bruchési. Les orateurs ayant exprimé des principes et des opinions et suggéré des réformes à la loi des licences qui pourraient être interprétées au détriment des Membres de l'Association, il est à propos, tout en tenant compte des bonnes choses qui ont été dites, que l'Association prenne des moyens pour relever certaines prétentions émises et mettre sous leur vrai jour les responsabilités de chacun, au lieu de faire peser sur les hôteliers seuls les abus commis par l'intempérance.

M. le président remercie M. L. A. Wilson d'avoir attiré l'attention du bureau sur cette question et lui donne l'assurance que la question sera prise en sérieuse considération.

Le compte rendu de la dernière assemblée est lu et approuvé.

Les correspondances suivantes sont soumises et lues: De "Liqueurs et Tabacs", Re adresses des membres; de M. W. A. Wichell, Re nouvelle adresse.

Il est proposé par M. Victor Bougie, secondé par M. Naz. Gauthier, que les personnes suivantes soient admises membres de l'Association, à partir du 1er novembre prochain, suivant résolution du 4 septembre dernier:

MM. Lalonde & Leblanc, hôteliers, 113 Windsor; St-Amand & Séguin, hôteliers, 1 Carré Chaboillez; Edwin C. Fuerst, hôtelier, 108 Notre-Dame Ouest; Eméry Laigneault, hôtelier, 2277 Notre-Dame Ouest; E. L. H. Binette, hôtelier, 215 rue des Commissaires; John O'Connor, hôtelier, 2639 Notre-Dame Ouest; M. Carsley, hôtelier, 109c Common; Mme Marguerite Hogan (Mme John Love), hôtelière, 1158 St-Jacques; MM. Adolphe E. Gingras, hôtelier, 17 Craig Est; J. P. Gingras, hôtelier, 56 Bonsecours; Elz. Lépérance, hôtelier, 1310 St-Laurent; Adélard Tremblay, hôte-

telier, 1917 Ontario Est; Lucien Boucher, hôtelier, 1730 Notre-Dame Ouest; Moise Chevalier, hôtelier, 1280 St-Denis; J. B. Chartrand, hôtelier, 100 Ste-Catherine Est; Eugène Edmond, hôtelier, 64 Place Jac. Cartier; S. Issemman, hôtelier, 185 Grand Trunk; G. W. Kindall & St-Père, hôteliers, 21 Ste-Catherine Ouest; Joseph Longpré, hôtelier, 951 Ontario Est; Oscar Lefebvre, hôtelier, 1437 Notre-Dame Ouest; Raphaël Lemieux, hôtelier, 1163 Boulevard St-Laurent; M. McBrearty, hôtelier, 1014 Notre-Dame Ouest; Poirier & Frères, fabricants de cigares, 1152-54b St-Laurent; Jos. A. Robidoux, hôtelier, 922 Charlevoix.

La proposition est adoptée.

Le secrétaire reçoit instruction de remettre entre les mains des avocats, la collection des contributions dues par les membres qui doivent des arrérages.

Il est résolu de rayer les contributions de 1905-1906 à M. Jos. Lamarche, No 343? Notre-Dame.

Il est résolu de substituer le nom de certains membres à d'autres, comme suit:

L. P. Pelletier, successeur de Mathieu & Frère, à Mathieu & Frères; Mrs. John Love (Marguerite Hogan), à John Love, jr.; Mme Jos. Lépine (Philomène Casavant), à Arthur Lépine; A. E. Mallette & Cie, à A. E. Mallette.

Après l'adoption de plusieurs comptes, l'assemblée s'ajourne.

ASSEMBLEE SPECIALE

Une assemblée spéciale a eu lieu le 20 novembre, en conformité de la résolution suivante, adoptée par l'Assemblée Générale Mensuelle de l'Association des Commerçants Licenciés de Vins et Liqueurs de la Cité de Montréal, tenue le 6 novembre courant, au Monument National:

"L'opinion de l'assemblée est demandée par M. Victor Bougie sur l'augmentation du prix de certaines boissons par les marchands de gros, et sur l'opportunité d'en augmenter le prix au verre. Après une longue discussion, à laquelle ont pris part: le président de l'assemblée, le trésorier, le secrétaire et MM. Ls. Pozner, A. J. O'Neil, Alphonse Labelle, A. Blondin, E. Beaudoin, P. Scullion, V. Théorêt et autres, la question ayant été adoptée par une grande majorité (cinq seulement ayant voté contre), il est définitivement proposé par M. Nazaire Gauthier, secondé par M. A. Blondin:

"Que la question soit renvoyée devant le bureau de direction avec instruction de convoquer un membre de l'Association de chaque quartier de la ville, un hôtelier dans les banlieues ou un représentant des Sociétés sœurs, s'il en existe, à une assemblée, pour y étudier toute la question et faire rapport."

Téléphone Main 844

OTTO ZEPF, Gérant-Directeur

FREYSENG CORK CO., LIMITED

Manufacturiers et Importateurs de

BOUCHONS

COUPÉS À LA MACHINE

COUPÉS À LA MAIN

Aussi de Fournitures pour Embouteilleurs,
 Machines à Boucher, à Capsuler, Machines Crown,
 Capsules à Bouteilles, Paniers à Bouteilles, Cire à
 Cacheter, Etain en feuilles, Unies et de Couleur.
 Ceintures de Sauvetage, Paillons.

655-661 RUE ST-PAUL,

MONTREAL

BISQUIT

"Old Liqueur"

(20 ANS D'AGE)

— ET —

"Une Etoile"

BRANDY DE PUR RAISIN

Méfiez-vous des Substitutions.

Exportés par

Bisquit, Dubouché & Co.,

JARNAC — COGNAC

ETABLIS EN 1819.

SEULS AGENTS POUR LE CANADA.

WALTER R. WONHAM & SONS,

MONTREAL.



SPECIAL MEETING

A special meeting took place on November 20th, in conformity with the following resolution, adopted by the General Monthly Meeting of the Licensed Victuallers' Association of Montreal, held on the 6th of Nov. instant, at the Monument National:

"The opinion of the meeting is asked by Mr. Victor Bougie on the increase of price on certain liquors by the wholesale merchants and on the opportunity of increasing the price per glass. After a lengthy discussion in which have taken part the President of the meeting, the Treasurer, the Secretary and Messrs. Ls. Pozner, A. J. O'Neil, Alphonse Labelle, A. Blondin, E. Beaudoin, P. Scullion, V. Théoret and others, the question having been adopted by a large majority (five only voting against), it is finally proposed by Mr. Naz. Gauthier, seconded by Mr. A. Blondin:

"That the matter be referred to the Board of Directors with instructions to convoke a member of the Association of each ward of the city, a hotel-keeper of the suburbs or a representative of Sister Societies, if such exist, to a meeting, to consider the question and report."

Les personnes suivantes avaient été convoquées en conséquence pour ce jour.

St-Henri, E. Reeve; Ste-Cunégonde, F.-X. Paquette; St-Gazriel, Thomas Quintal; Ste-Anne, P. Scullion; St-Joseph, Fred. Bouillon; St-André,; St-Georges, S. E. Crawford; St-Laurent, Jos. Walker; St-Louis, Larue & Cardinal; St-Jean-Baptiste, Jos. Landry; St-Denis, Noé Cloutier; Duvernay,; Lafontaine, W. Méthot; Ste-Marie, A. N. Monast; St-Jacques, A. Blondin; Papineau, Dolphis Corbeil; Hochelaga, Louis Poiré; Centre, A. Duperré; Ouest, G. Melville; Est, J. A. Tanguay; Lachine, André Léger; Notre-Dame de Grâce, Ovia Tessier; Côte des Neiges, Alex. Courville; Côte St-Paul, Michael McDonald; Ville St-Louis, J. H. Laing; Maisonneuve, F. Corriveau; St-Laurent, Olivier Deschamps; Ahuntsic, G. Demers; De Lorimier, Jos. Tremblay; Longue Pointe, C. Charbonneau; Bout de l'Île, J. B. Bureau, Boulevard St-Paul,

Ainsi que: MM. L. Pozner, A. J. O'Neil, Alp. Labelle, E. Beaudoin, V. Théoret et le bureau de direction de l'Association.

M. Victor Lemay est au fauteuil et, sont présents: MM. Jas. McCarrey, V. Bougie, E. Masse, H. A. Dansereau, Naz. Gauthier, Jos. Bariteau, A. J. Ayotte, Jos. Tremblay, F.-X. Paquette, J. Martineau, A. J. O'Neil, P. Scullion, A. Blondin, E. Reeve, Alp. Labelle, D. Corbeil, W. Méthot et le secrétaire.

Plusieurs moyens sont proposés pour arriver à une solution de la question à

l'étude. Des suggestions sont faites par MM. N. Gauthier, A. Blondin, V. Bougie et Masse, et plus spécialement relativement aux questions suivantes:

Uniformité des verres de bière; prix des boissons en caisses et en fûts (draught); question des pony, chasera, etc.

La discussion se prolongeant et considérant qu'il y avait divergence d'opinions, il est définitivement proposé, par M. Naz. Gauthier et résolu à l'unanimité de faire rapport à la prochaine assemblée générale que le temps n'est pas opportun pour donner une solution juste et équitable à la question soumise et que cette assemblée croit devoir recommander qu'elle soit remise à plus tard.

Puis l'assemblée s'ajourne.

ASSOCIATION DES HOTELIERS DE LA PROVINCE DE QUEBEC

Election des officiers

L'Association des Hôteliers de la province de Québec a tenu son assemblée, vendredi, 22 novembre, à l'hôtel Victoria, pour procéder à l'élection de ses officiers pour l'année 1908. Cette élection a eu le résultat suivant:

Président, M. Thom. J. Samson, Warwick, réélu; vice-président, M. André Rousseau, Coaticook; secrétaire, M. J. M. Doré, Québec; directeurs, MM. J. A. Lavigne, Trois-Pistoles, réélu; G. A. Michaud, Ste-Anne de la Pocatière, réélu; Alfred Lambert, Beauceville; Zoël Marcotte, Lyster et L. E. Lessard, Upton.

Après une discussion de questions d'intérêt privé, l'assemblée s'est ajournée.

LA PROHIBITION

Les commerçants en vins et liqueurs ont eu maintes fois à souffrir des ennuis que leur ont causés les buveurs d'eau ou plutôt ceux qui affichent leur horreur des boissons fermentées et des liqueurs fortes et il n'est nullement permis de douter qu'ils trouveront toujours ces mêmes gens sur leur route pour les empêcher de faire tranquillement leur commerce.

Il n'y a aucun doute non plus que les prohibitionnistes aient depuis plusieurs années gagné du terrain. A un moment donné, ils ont pu montrer leur force en obtenant sans trop de peine du gouvernement fédéral qu'il y ait un referendum sur la question de la prohibition.

Nous pouvons rester assurés que si, à la suite de ce referendum, les totalitaires ne sont pas arrivés à leurs fins, ils n'en ont pas moins conservé l'espoir de revenir à la charge avec plus de succès, quand ils croiront le moment opportun.

Or, si nous sommes bien informés, nous allons bientôt assister à une reprise d'armes. Nous ne savons si les succès que viennent de remporter les prohibition-

nistes aux Etats-Unis, jusque dans les Etats du Sud, où ils n'avaient pas été très heureux — nous ne savons, disons-nous, si ces succès ont grisé les prohibitionnistes canadiens, mais ils sembleraient relever la tête.

Nous recommandons donc à nos lecteurs, commerçants en vins et liqueurs, de se tenir prêts à l'attaque et à la riposte.

Le moment nous semble plus que jamais propice pour serrer les rangs et prendre toutes les mesures voulues pour ne pas donner prise aux agressions.

LES TRIBUNAUX DE COMMERCE

Avec une connaissance profonde des besoins de la justice et du commerce, le juge Loranger recommandait, il y a quelques semaines, à une assemblée des membres du Jeune Barreau, la création de Tribunaux de Commerce.

De nos jours, il y a en toutes choses un mouvement de spécialisation très accentué. C'est qu'aussi on reconnaît que dans notre état de civilisation très compliquée, chaque jour apporte de nouveaux faits, de nouvelles découvertes, de nouveaux problèmes et de nouveaux remèdes.

On spécialise dans le commerce, dans l'industrie, dans la médecine. Les avocats eux-mêmes spécialisent, les uns ont fait une étude plus spéciale du code criminel et nous avons des avocats criminalistes; d'autres s'en tiennent à plaider des causes civiles. Pourquoi n'aurions-nous pas des tribunaux spécialement institués pour juger des causes purement commerciales, comme il existe des tribunaux pour connaître des affaires maritimes.

Nos tribunaux sont encombrés, on demande partout la nomination de nouveaux juges, le nombre des juges est actuellement insuffisant pour la prompt administration de la justice. On ne peut demander aux juges de faire plus qu'ils ne font déjà. Or, il est à remarquer que le nombre de causes purement commerciales en suspens est considérable et que l'institution de tribunaux de commerce serait un soulagement et pour les juges et pour les plaideurs.

Les causes commerciales demandent des juges et des avocats spécialement versés dans la législation et des affaires commerciales. La création de tribunaux de commerce avec des juges et des avocats compétents aurait pour effet, non seulement d'assurer une plus prompt administration de la justice, mais de simplifier les procédures et de réduire les frais des plaideurs.

La Chambre de Commerce, dans une résolution passée à sa dernière assemblée, recommande à son tour la création de tribunaux de commerce et nous l'en félicitons.



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
WHISKY.

“IMPERIAL”
WHISKY.

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR
HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.
WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS :
LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, B. C.

AGENTS : WALTER R. WONHAM & SONS
6 RUE ST-SACRAMENT, MONTREAL

LES VINS DE FRANCE

Sus à la fraude

Une loi récente en France a autorisé les syndicats viticoles à se porter parties civiles contre les fraudeurs dans les procès en matière de fraude.

M. G. Dugas, de la maison Gaston Dugas et Cie, de Matha-Cognac, nous adresse à ce propos une coupure d'un journal parisien qui se lit comme suit:

"La huitième chambre du tribunal correctionnel de la Seine, présidée par M. Lemerrier, a fait aujourd'hui (18 octobre) pour la première fois à Paris, application de la loi qui autorise les syndicats viticoles à se porter partie civile dans les procès en matière de fraude. Un marchand de vin en gros de la rue du Chemin-Vert, M. Ourmière, était poursuivi pour vente de vin falsifié, il était assisté devant le tribunal par M. Monod. Me Doudaine représentait le "Syndicat national de défense de la viticulture française" que préside M. Jean Dupuy, sénateur, et qui se portait partie civile au débat.

"Le tribunal après réquisitoire et plaidoirie a condamné ce marchand de vin à 1,000 francs (\$200) d'amende, à quatre insertions du jugement dans les journaux et à l'apposition de trois affiches, et statuant sur les conclusions de la partie civile qui réclamait 5,000 francs (\$1,000) de dommages intérêts, le tribunal a condamné M. Ourmière à 1,500 francs (\$300) à titre de réparation envers le "Syndicat national de défense de la viticulture française", et à cinq insertions dans les journaux. Le coût de chacune de ces insertions ne devant pas dépasser cent francs (\$20)."

Comme nous le fait observer notre aimable correspondant, ce négociant condamné pour avoir mis de l'eau dans son vin ne recommencera certainement pas la petite opération coûteuse qui l'a amené devant le tribunal.

Les journaux de France, depuis quelque temps surtout, ont signalé nombre de poursuites et de condamnations pour faits de falsification des vins, la fraude consistant principalement dans le mouillage. Ces poursuites sont en quelque sorte le résultat de l'agitation des vigneron du Midi de la France, qui a obligé le Parlement français à voter des mesures énergiques pour la répression de la fraude.

Nous sommes persuadés que le mouillage s'exerce surtout au détriment du consommateur français. Un vin qui voyage ne peut se conserver que s'il a un certain nombre de degrés d'alcool, nous avons donc jusqu'ici, sous ce rapport, une sorte d'assurance relative contre le mouillage, mais maintenant que la loi contre les fraudeurs est très sévère et qu'elle est rigoureusement appliquée, les consommateurs canadiens pourront, com-

me le fait observer notre correspondant, boire à l'avenir du vin de France en toute assurance.

Du bon vin, des droits de douane moins élevés — on nous le promet du moins avec le nouveau traité franco-canadien, — il n'en faudra pas davantage pour accroître au Canada la consommation des excellents vins de l'ancienne mère-patrie.

LES APERITIFS SONT UTILES A L'ESTOMAC

Il y a matière à philosopher si on réfléchit sur le futur état social qui doit suivre ceux qui nous le préparent, nous donner la "plus grande somme de justice et de bonheur".

Cet avenir de parfaite félicité que nous font miroiter bon nombre de personnages qui commencent d'abord par s'assurer un présent bien supportable avec des rentes et des appointements, ne me paraît pas, et même me paraît de moins en moins l'idéal rêvé.

En premier lieu, je n'aime pas marcher à l'aveuglette et en éteignant jusqu'à la clarté des étoiles, il semble bien que la route par laquelle on veut nous faire passer ne sera pas si magnifiquement éclairée, que nous puissions voir devant nous les obstacles, s'il y en a.

Mais cela c'est de la politique et ce sont des phrases de parlementaires, par conséquent des paroles sans importance.

Ce qui est beaucoup plus sérieux, c'est que tous ces prometteurs de paradis terrestre, sont tout simplement des farceurs qui n'ont pas même le mérite de l'originalité puisqu'ils se contentent de se mettre dans la peau de tous les inventeurs de ces religions qu'ils prétendent avoir détruites.

Leur repos obligatoire du dimanche? mais nous avons connu cela; dans notre jeunesse, les gendarmes verbalisaient contre le laboureur qui allait aux champs le dimanche et il fallait une autorisation spéciale ou au moins une tolérance, pour maintenir ouverte l'usine ce jour-là!

Leur réglementation en boissons hygiéniques permises et non permises? mais, c'est si peu nouveau que Mahomet ne reconnaît les vrais croyants qu'au même signe que l'on reconnaîtra bientôt les bons républicains des mauvais!

Les partisans du Mahomet ne boivent pas de vin et les républicains du XX^e siècle ne boiront plus d'absinthe.

Mahomet, cependant plus tolérant, ne punira ni de prison, ni d'amende celui qui aura enfiévi son ordre tandis que nous, nous trouverons bien un "délégué" pour dénoncer et un gendarme pour jeter en prison celui qui aura commis le crime abominable de mettre quelques gouttes dans un verre d'eau d'une liqueur qui, si elle se nomme absinthe ne contient presque pas d'extrait de cette plante.

Après l'interdiction de l'absinthe, je vois venir l'interdiction des apéritifs et des amers, et c'est simplement pour prendre les devants que je veux résumer aujourd'hui qu'on peut encore le faire, sans être dénoncé comme un afreux réactionnaire, ce que les savants, les vrais, ceux qui n'ont pas de poste officiel en pensent.

Les amers provoquent une hypersécrétion des glandes gastriques et intestinales, activent par conséquent les fonctions de ces organes, favorisent par suite la digestion et augmentent l'appétit.

C'est Traube qui a dit cela.

Introduites dans le tube digestif, les substances amères retardent la fermentation et les putréfactions et c'est grâce à cet effet que ceux qui ont des fonctions digestives lentes ne s'empoisonnent pas eux-mêmes par auto-intoxication (Gara-Pibram, etc.)

On pourrait citer les noms de trente physiologistes qui, ayant expérimenté sur tous les amers—et même avec ceux qu'on retire de l'absinthe—comme Joldbaner, sont arrivés aux conclusions suivantes.

Les amers introduits dans le tube digestif une heure avant les recherches faites sur l'activité de la digestion accélèrent cette digestion.

Les phénomènes de résorption et de sécrétion sont plus actifs pendant quatre jours.

Les aliments trop gras sont digérés beaucoup plus facilement par l'emploi des amers, comme la quassine, par exemple.

Le développement des forces est manifeste dès le troisième jour, la digestion des aliments ingérés est plus complète.

La constipation disparaît, la bile est sécrétée en plus grande quantité, par conséquent le foie se désobstrue et reprend son volume en cas d'hypertrophie.

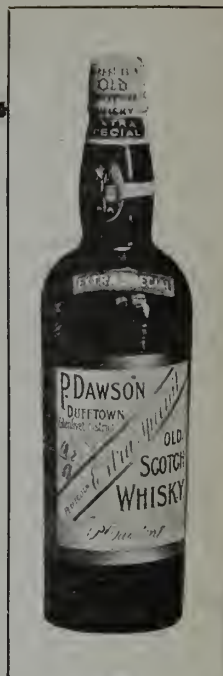
Voilà qui est net et qui n'a pas été écrit pour les besoins d'une cause quelconque, puisque nous le trouvons dans un journal que les médecins sont seuls à lire et qui porte ce titre, qui attire peu les lecteurs aimant les livres amusants: "Revue Thérapeutique des alcaloïdes, recueil des études physiologiques et cliniques des alcaloïdes et des principes actifs retirés du règne végétal."

De ce que nous venons de dire, il faudrait cependant bien se garder de conclure que, plus on boira d'amer dans la journée et mieux on se portera. Il faut, en tout, conserver la juste mesure et ne pas imiter nos législateurs, par exemple, qui, sous prétexte que les lois qui interdisent la vente de substances nuisibles ont du bon, se mettent à interdire à tort et à travers, sans rime et sans raison, défendant en France la consommation de l'alcool et la rendant obligatoire dans nos colonies, demandant aux liquoristes de très lourds impôts et faisant tout le possible pour enlever leur clientèle.



Quatre Marques Célèbres

Demandées également dans les Restaurants, les Hôtels et les Epiceries; recommandées par les médecins.



Gin Canadien Croix Rouge,

Supérieur à cause de son âge.

Dawson, le whisky préféré des connaisseurs.

Frapin, le cognac qui a eu tous les premiers prix.

Vin St-Michel, le meilleur des toniques.

Un marchand est jugé d'après la qualité des marchandises qu'il tient. Vous ne pouvez vous passer de ces quatre marques.

BOIVIN, WILSON & CIE.

520 RUE ST-PAUL, MONTREAL.



Quand sortirons-nous de cette incohérence dans nos actes? comme dirait Clemencau.

"Gazette de l'Alimentation"
(Lyon) Docteur M...

LA PRODUCTION MONDIALE DU VIN

Une estimation de la production du vin dans le monde entier, publiée par le *Moniteur Vinicole*, organe des vignerons de France, fait connaître plusieurs choses surprenantes, entre autres la suprématie énorme de la France et la place sans importance aucune occupée par l'Allemagne parmi les pays producteurs de vin. La production des vignes de l'univers entier est estimée à 134,128,908 hectolitres, soit 2,950,835,976 gallons.

Sur cette quantité, la France produit 43,000,000 d'hectolitres (1,056,000,000 de gallons), soit beaucoup plus d'un tiers de la production totale. L'Italie arrive seconde avec 32,500,000 hectolitres (815,000,000 de gallons) et l'Espagne troisième, avec 16,900,000 hectolitres (371,800,000 gallons).

La quatrième place est occupée par l'Algérie, avec 6,905,720 hectolitres, ce qui porte la production totale de la France à 55,000,000 d'hectolitres (1,210,000,000 de gallons).

Viennent ensuite: le Portugal, avec 9,900,000 hectolitres (85,800,000 gallons); l'Autriche, 3,100,000 hectolitres (68,200,000 gallons); la Hongrie, 2,805,000 hectolitres (61,710,000 gallons); la Roumanie et le Chili, 2,500,000 hectolitres (55,000,000 de gallons), et l'Allemagne arrive dixième avec 2,150,000 hectolitres (47,300,000 gallons).

L'année dernière, la Russie a presque rattrapé l'Allemagne avec 2,100,000 hectolitres (46,200,000 gallons). La Belgique occupe la douzième place avec 1,900,000 hectolitres (41,800,000 gallons).

Les pays produisant de un à deux millions d'hectolitres (22 à 44 millions de gallons) sont la Turquie, y compris l'île de Chypre, l'Argentine, les Etats-Unis et la Suisse. La Grèce et ses îles produisent 900,000 hectolitres (19,800,000 gallons) et la Serbie, 500,000 hectolitres (11,000,000 de gallons).

L'Australie donne 265,000 hectolitres (5,830,000 gallons, de même que la Tunisie et le Brésil. Chaque année, la colonie du Cap fournit 190,000 hectolitres (4,180,000 gallons); la Corse, 146,000 hectolitres (3,212,000 gallons) et le Luxembourg, 120,000 hectolitres (2,640,000 gallons). Le Pérou, l'Uruguay, la Bolivie et le Mexique suivent dans cet ordre avec de petites quantités.

LE MEDOC

(Suite).

Quand des tribus nomades se réunissent et jettent la base d'une nation, leurs traditions et leurs moeurs se fondent en-

semble pour aboutir à des lois. Quand une langue est suffisamment développée pour former une littérature qui lui soit propre, on fait un vocabulaire des formes de langage qui lui sont coutumières, ce qui constitue ensuite sa grammaire. Dans les deux cas, le procédé ne fait que solidifier ce qui existait auparavant à l'état fluide. La classification des crus du Médoc a suivi une voie analogue. Au début de la viticulture, chaque vigneron mélangeait tous les produits de ses vignobles et l'expéditeur mettait dans des foudres le vin acheté des différents viticulteurs, de manière à obtenir un caractère et une qualité uniformes. Autrefois, cette simple méthode existait partout et, dans beaucoup de régions où on ne peut produire que des vins ordinaires, la méthode primitive demeure telle qu'elle était autrefois. Là où le sol, le sous-sol, l'exposition à la température et la culture sont plus ou moins les mêmes, la différence dans la qualité des produits de plusieurs vignobles n'est pas assez remarquable pour affecter la valeur marchande. Inutile de dire qu'une uniformité démocratique n'a jamais existé dans le Médoc. Dans cette partie privilégiée de la Gironde, les avantages naturels varient considérablement qu'un tonneau de vin provenant des vignobles du premier cru vaut vingt tonneaux des produits appelés "vins de paysans". Néanmoins, formant un contraste frappant avec le gouvernement national de l'époque, il y avait un coin en France où les vins de paysans étaient l'objet d'une sollicitude universelle, tandis que les vins artistocratiques étaient complètement négligés. A partir du début de l'histoire européenne, la principale source de la richesse de la Gironde a été la viticulture. Du douzième au quinzième siècle, les vins de Bordeaux ont reçu tous les avantages possibles sur les marchés anglais. Les courtiers et les habitants de l'Angleterre ont fait des efforts considérables pour provoquer et activer le commerce de ces vins et cependant, jusqu'à la dernière moitié du dix-huitième siècle, on ne peut trouver de traces d'un essai fait pour différencier les différents crus et leurs qualités qui sont si dissemblables sous tous les rapports. Pourquoi les Bordelais sagaces ont-ils été si lents à comprendre les avantages particuliers de leur position? L'habitant des villes attribuerait probablement cette longue négligence à l'inertie habituelle de l'esprit campagnard. Pieds et poings liés par une convention qui date de loin, le paysan est accoutumé depuis sa naissance à suivre l'ornière que ses ancêtres ont suivie, de même que les moutons suivent le sentier tracé par leur chef. Etant citoyens nous-mêmes, notre inclination naturelle consiste à vanter notre supériorité mentale sur celle de ceux qui habitent hors des villes. Tout-

fois, bien que nous nous encensions complaisamment, des doutes honnêtes prennent place dans notre esprit. L'esprit de l'habitant de la campagne est-il réellement plus renfermé, atrophié, terre-à-terre, lié par la routine du travail, que celui de l'habitant de la ville? Chacun admettra que, pour les princes de la pensée, une grande capitale ou un ancien siège de la science est l'endroit le plus propice pour entretenir le feu sacré et diffuser sa lumière qui se propage rapidement. Toutefois, il n'est pas tellement évident que la vie commerciale des villes soit plus apte à développer la faculté de penser que les occupations tranquilles des champs. Pour l'esprit vif, il n'est pas douteux qu'il y a quelque chose d'entraînant dans la lutte sans fin pour le succès et dans le travail des facultés portées à leur dernier degré. Mais, dans le tourbillon des affaires, il reste peu de temps pour étudier et encore moins pour penser. La vitesse varie, mais, comme pour les corps célestes, tous les orbites sont elliptiques. La supériorité de l'homme sur le reste des êtres animés est due en grande partie à la position droite de son corps qui permet à sa vision de s'étendre au-dessus des vastes plaines, jusqu'à un horizon distant. Cet avantage contribue beaucoup à sa domination. Un habitant d'une grande ville n'a pas d'horizon; les choses s'amassent pour lui d'une manière trop condensée pour lui permettre de voir plus loin qu'elles; il ne peut regarder ni en arrière, ni en avant, le présent immédiat demandant toute son attention. Au bout d'un certain temps, l'excitation tombe et une réaction a lieu. Alors, la cité colossale produit son action sur les nerfs et le citoyen s'aperçoit qu'il doit se tirer du gouffre, de peur qu'il ne perde son sang-froid et qu'il ne soit emporté par les eaux tourbillonnantes. Quand ces symptômes persistent, tout le porte à s'échapper dans la campagne, dans l'espoir d'y trouver la paix et la tranquillité. Le résultat est rarement satisfaisant. Il trouve certainement un changement, mais ce changement ne peut pas arrêter la force vive de son esprit qui se raccroche toujours à la vie de la cité. Ce qu'il demande, c'est une résidence où son pouvoir d'observation maintenu si longtemps inactif puisse trouver un exercice tranquille, afin que le mécanisme mental surmené puisse graduellement ralentir sa course et que le contrôle normal puisse être rétabli. Il pourrait trouver un tel remède parmi les vignobles du Médoc.

La viticulture, dans cette région hautement favorisée, s'est développée en art, et tous les arts se développent lentement. La source des Piérides n'était pas une salle de rafraîchissement de chemin de fer et les Muses n'auraient pas consenti à fournir de l'inspiration sur demande comme les bar-maids servent des bois-



**Garanti
Âgé de
Plus de
12 ans.**



QUAND votre client demande un
Brandy pour boire avec des
Eaux de Table-- pour prendre
avec du lait au moment de se
coucher--et spécialement pour
servir avec le café, après le diner--
donnez-lui le

BRANDY 3 ETOILES DE HENNESSY

PROCUREZ-VOUS LES PRIX

—DES—

High Wines

ET DE

l'Alcool Standard

E. W. Parker—Montreal.

Un alcool neutre, incolore, convenant à tous les usages.
Garanti par le Gouvernement Canadien avoir mûri en entrepôt
pendant deux ans.

GILLESPIES & CO., MONTREAL.

Agents vendeurs.



sons aux passagers impatients. Aucun homme avisé ne se reproche le temps qu'il emploie au travail qui lui plaît; c'est le labeur qui ne lui plaît pas qu'il se dépêche de faire. La combinaison de la délibération et de la dextérité n'est nulle part mieux représentée que dans le Médoc. Prenons par exemple les méthodes employées là pour tailler la vigne, opération la plus importante parmi celles qui se rapportent à la culture de la vigne, car, de son succès dépend la bonne venue de la plante et l'abondance de son rendement. L'époque choisie pour cette opération, c'est celle qui suit la chute des feuilles et qui précède l'arrivée des gelées. Dans la plupart des régions, cette opération se fait au moyen d'un sécateur, car avec cet instrument celui qui taille la vigne peut faire son travail d'une manière plus expéditive. Toutefois, dans le Médoc, on préfère la serpette qui est plus lente, mais plus sûre, car, entre des mains habiles, le bois n'est jamais cassé avec cet instrument. Dans le cas rare d'une taille maladroitement faite, la branche peut être parée et, lorsque la chose est jugée convenable, on peut lui donner une pointe fine. Là où le couteau a pénétré dans le bois, une substance grasse est appliquée à l'entaille, pour protéger la plante des effets de la température qui parfois font pourrir les parties intérieures de la plante. On ne suit pas de règle stricte, mais chaque cep de vigne est taillé d'après sa condition et la nature du sol dans lequel il croît. Dans tous les cas, le premier principe est que la plante ne doit porter qu'une quantité de fruits proportionnée à son âge et à sa force.

C'est quelque chose de particulièrement reposant pour un esprit surmené que d'observer la manière tranquille avec laquelle le vigneron soigne ses vignes. Si le génie consiste dans le pouvoir de prendre des peines infinies, alors les vignerons bordelais sont des hommes de génie. Ils ne se pressent nullement d'un cep à l'autre. Chacun de ces ceps est soigné complètement, le dernier soin pris consistant à enlever toute mousse ou toute feuille fanée qui pourrait donner asile aux oeufs d'insectes nuisibles. Quand le temps des vendanges approche, les mouvements du vigneron sont peut-être quelque peu accélérés, car c'est le moment où toutes les opérations se terminent—c'est le moment où il reçoit sa paie, après un long temps de travail et d'attente. Même pendant cette époque excitante, aucun détail n'est négligé et le plan des opérations qui a été médité avec soin est exécuté scrupuleusement. La perfection à laquelle on arrive dans la viticulture et la viniculture dans tout le Bordelais a fait ressortir l'intelligence remarquable des générations de cultivateurs qui se sont succédé. Le fait que les crus classés n'ont été produits que dans une pé-

riode relativement récente confirme notre opinion que la terre sur laquelle sont situés maintenant ces fameux vignobles n'était pas alors propre à la culture. Le début de la différenciation des crus est enveloppé dans une obscurité qui ne peut pas être éclaircie. Dès le dix-huitième siècle, il y a des preuves que les produits de quelques vignobles obtenaient des prix préférentiels; ces vignobles ont donc dû être l'objet d'une plus grande attention et la supériorité de la qualité de leur produit a dû être augmentée. A mesure que l'esprit d'amélioration s'est répandu parmi les vignerons, les causes du succès doivent être recherchées. Quand on sait que les vins les plus fins provenaient de vignobles situés sur un sol sablonneux avec un sous-sol rocailleux, il dut y avoir une grande compétition pour l'acquisition de ces terrains et l'espèce de vigne choisie a dû être celle qui produisait de la qualité plutôt que de la quantité. Quand nous abandonnons le crépuscule pour l'aurore, nous trouvons qu'une échelle graduée de prix est déjà en opération, mais cette échelle n'a été enregistrée officiellement qu'en 1855. Cette classification avec laquelle le commerce est si familier donne simplement une sanction à ce qui avait été longtemps une pratique de marché. La division en "Paysan", "Artisan", "Bourgeois", "Ordinaire", "Bon Bourgeois", "Bourgeois Supérieur" et les cinq grands crus classés, n'a pas été établie sur une base arbitraire, mais sur une bonne maxime commerciale, à savoir la valeur d'un produit et le prix qu'il obtiendra sur un marché ouvert. Une comparaison fut faite des prix moyens obtenus pour les principaux crus pendant un certain nombre d'années, et la classification fut établie mathématiquement sur le résultat. Bien que le temps ait apporté un petit nombre de changements nécessaires dans les positions relativement occupées par ces crus, ces changements ont été très peu nombreux et ne sont pas d'une grande importance commerciale. Aucun tribut plus élevé ne pouvait être payé à l'intelligence et à la franchise de ceux qui, les premiers ont établi cette liste, que la constatation des faits qu'elle est encore universellement reconnue comme un guide type.

L'autre soir, à la table d'un ami, un convive remarqua qu'on ne parlait jamais du vin maintenant parce que la nouvelle génération ne connaissait rien à son sujet. Un autre répliqua qu'il ne connaissait pas un jeune homme moderne dont l'ignorance l'ait empêché de discuter tout sujet de conversation. Il est certain que, dans notre jeunesse, alors que Georges III était roi, ou, pour être plus précis, au début de l'ère de la reine Victoria un sujet favori après dîner était les mérites relatifs des vins de Bordeaux et de Bourgogne. Comme notre estime pour les

crus de choix du Médoc et de la Côte d'Or est très grande, nous ne sommes nullement portés à entrer dans une discussion aussi inutile. Comme un vieux marchand de vins nous le faisait remarquer au sujet de cette comparaison: "Comment pouvons-nous nous aventurer à donner une opinion sur les prétentions des archanges rivaux?" Toutefois, nous ne considérons pas que ce soit nous départir de notre impartialité que de citer la comparaison quelque peu fantaisiste faite entre les deux vins, il y a des années, par le Vicomte Paul de Chasteignier; dans un charmant petit livre, malheureusement oublié aujourd'hui, il écrivit: "Le Bordeaux convient aux tempéraments chauds et excitables, le Bourgogne, aux tempéraments froids et léthargiques; mais le produit de la Gironde a l'immense avantage de convenir à la plupart des constitutions et de ne faire de tort à aucune. Il peut mieux supporter le transport et, avec peu de soins, il se conserve en bon état presque partout, pendant de nombreuses années. Quelque chose de semblable nous vient à l'esprit qui peut peut-être paraître forcé au lecteur, mais qui, d'après nous, a le mérite de bien définir les caractères de ces deux rivaux dont chacun vaut un trône. Comparons donc les vins de Bourgogne et de Bordeaux aux deux sexes dont se compose la race humaine, c'est-à-dire au sexe masculin et au sexe féminin. Si nous considérons ces deux vins sous le rapport de leur nature et des résultats de leur absorption par le corps humain, le produit de la Côte d'Or est viril; ses éléments sont substantiels, forts et hauts en couleur; ses baisers sont énergiques et parfois brutaux. L'enfant de la Gironde, d'un autre côté, est raffiné, délicat et distingué; ses caresses ne font que stimuler agréablement et affecter l'esprit plutôt que le coeur; en un mot, il est féminin. Le vin de Bourgogne vous met par terre comme un fier athlète et vous abat sans pitié, vous laissant parfois avec les membres brisés et dans un état d'étourdissement. Le Bordeaux, comme une fille d'Eve, n'essaie qu'à vous charmer et non à vous renverser. Comme elle, il peut quelquefois vous faire perdre la tête, mais, comme elle aussi, il n'use de sa victoire que pour éveiller des sensations agréables et pour exciter dans l'esprit des images gracieuses et de douces illusions".

La rivalité implique généralement une lutte pour la supériorité et, dans ce sens, nous ne considérons pas que le mot soit applicable à la noble émulation qui sustient ces deux breuvages royaux à noyer les chagrins et à contribuer à la gaieté des nations. Chacun dépend de l'autre et la nature confirme cette relation en accordant à chacun d'eux une récolte abondante alternativement. Quand les vendanges dans le Bordelais tombent au-dessous de la moyenne en quantité ou en qua-

Controleurs exclusifs de plus de 60
Agences Etrangères.

UN DEMI-MILLION de Dollars
de Droits Payé par An.



DOUZE
Entrepôts du Gouvernement.

DEUX
Magasins d'Excise.

Lawrence A. Wilson & Cie., MONTREAL. LIMITEE

Notre Stock de Vins et de Liqueurs est le plus grand et le meilleur au Canada.

CLARETS ET BOURGOGNES.

Nous détenons un stock très considérable et très choisi de Vins Château rouges et blancs de la Bordeaux Claret Co., ainsi que de vieux Bourgognes Rouges et Blancs en bouteilles.

SHERRIES:

Nous avons aussi en stock des sherries de Gonzalez & Byass en fûts et leurs Vieux Sherries des célèbres marques "Idolo" et "Cristina", embouteillés et cachetés dans leurs propres Bodegas. La réputation universelle de cette maison suffit à garantir l'excellence de ses produits.

ABSINTHE SUISSE.

Absinthe Supérieure de Gemppe Pernod.

APÉRITIF.

Le meilleur produit d'Espagne : Tot, l'Apéritif "Bambou".

COGNACS.

Entre autres marques importantes de Cognacs, nous sommes seuls à contrôler les marques suivantes : Boutelleau Fils, Cognac Distillers' Association, Carlat & Cie, Jos. Brémond & Cie, Régnier & Cie, ainsi que les Brandies Espagnols de Jimenez & Lamothe.

BLACKBERRY BRANDY.

Wilson's Blackberry Brandy, Liqueur Supérieure, qualité non surpassée.

LIQUEURS.

Marasquin de Levert & Schudel, Curaçao Orange, Crème de Menthe Glaciale, Anisette, Kümmel, Kirsch.

Petite Chartreuse Verte et Jaune, Liqueur Hanappier, Elixir de Spa.

WHISKY.

Nous importons énormément plus de "Scotch Whisky" que toute autre maison du Dominion. "Dunblane" pur grain et pur malt de Greenlees Brothers; King Edward VII, Real Antique; Hill-Burn Blend de Heilbron & Sons, Kings Liqueur; Scottish Arms de R. Thorne & Sons, Antique Liqueur; Three Star, Red, White and Blue de Haig & Haig, Five Stars, Tammany Scotch, Brae Mar Special, House of Lords, Five Crowns de Bruce Wallace & Co., Loch Caron Gleneil, A. Mac Murdo & Co., etc.

Les nombreuses qualités du Scotch Whisky, importé par nous de diverses parties de l'Ecosse, nous permettent de fournir tout arôme, couleur et âge aux prix d'importation.

ECHANTILLONS FOURNIS SUR DEMANDE.

lité, les vendanges en Bourgogne augmentent pour rétablir la balance, et vice-versa. Bien que leurs sphères se touchent et parfois empiètent l'une sur l'autre, aucune ne coïncide exactement avec l'autre. Le vin de Bourgogne a des usages spéciaux pour lesquels il n'a pas de rival. Pour le vétéran, dont le poulx faible a presque cessé de battre ou pour la jeune fille anémique et languide dans un faible état de santé, ou pour la jeune mère épuisée par son premier nourrisson, le vin réconfortant de la Côte d'Or est l'aide la plus douce de la nature. Mais si le Bourgogne est suprême en ces occasions, le Bordeaux, tel Shakespeare, convient en tout temps et, considéré dans son ensemble, il n'y a pas de stimulant qui fasse autant de bien.

LES METHODES MODERNES

Il existe encore des commerçants qui continuent à croire que les méthodes employées par leurs ancêtres sont assez bonnes pour eux. Leurs ancêtres étaient dans le commerce et y réussirent. Ils étaient à la hauteur de leur époque. Mais l'homme qui prend modèle sur son père et suit les méthodes surannées employées par lui, est peu clairvoyant et, en réalité, bien en arrière de ses prédécesseurs.

A l'époque de nos ancêtres, les choses étaient différentes et les méthodes employées alors n'étaient pas les mêmes que celles d'aujourd'hui. La population était disséminée, les journaux étaient peu nombreux et les voyages se faisaient lentement. On ne pensait pas alors, dans les ménages pauvres, aux objets de luxe qui sont presque des objets de nécessité maintenant. On faisait peu attention à la publicité et on n'en accordait presque aucune à la décoration des vitrines de magasins. Les magasins n'étaient pas tenus propres et personne ne s'occupait de la pureté des aliments. La popularité d'un marchand se mesurait au volume de ses ventes, la qualité était chose secondaire.

Aujourd'hui le public a un désir beaucoup plus prononcé pour les marchandises les meilleures.

L'ouvrier est fier d'être un bon pourvoyeur pour sa famille. Il achète libéralement. Les membres de sa famille sont vêtus d'étoffes de qualité supérieure. Des friandises coûteuses sont sur sa table. Sa femme et sa fille parcourent avidement les pages d'annonces des journaux, cherchant ce dont elles ont besoin ou ce qu'elles désirent. La critique des méthodes est générale et nombreuses sont les personnes qui les examinent. La malpropreté est reconnue comme un danger et l'impureté est une condamnation. Un service mal organisé suffit pour ruiner un commerce.

Les méthodes employées par l'homme d'affaires moderne sont meilleures que

celles du temps jadis. Les annonces, les étalages en vitrines, la réclame de tout genre, sont nécessaires aujourd'hui. La propreté et l'attrait du magasin, la promptitude du service et la courtoisie sont choses essentielles aux affaires. De nos jours la concurrence est active et les magasins ne sont plus isolés. L'ancien boutiquier serait déconcerté s'il voyait comment se font les affaires maintenant. L'homme qui veut réussir dans le commerce doit se tenir à la hauteur de son époque. Ses ancêtres l'ont fait et, s'il veut suivre leur exemple, en esprit et en principe, il doit mettre de côté les méthodes surannées et aller de l'avant.

L'honnêteté, l'intégrité, l'honneur, la droiture de caractère sont des qualités tout aussi importantes aujourd'hui qu'elles l'ont jamais été et peut-être le sont-elles davantage. Mais les défauts d'autrefois, la malpropreté, la négligence, l'extension facile du crédit n'ont plus de place dans le catalogue des choses nécessaires aux marchands. Le magasin, pour obtenir du succès, doit être conforme aux idées nouvelles.

NOUVELLES DE COGNAC

Il y a quelque vingt ans, les régions où on cultivait la vigne en France furent dévastées par le phylloxera. Après des études considérables de la maladie causée par cet insecte, on y trouva un remède dans la culture de la vigne américaine, sur laquelle on greffa de la vigne française, ce qui après des essais longs et persévérants donna des résultats inespérés. Le grand avantage que possédait ce plant de vigne comme résistance à la maladie et son adaptation au sol des Charentes furent universellement loués et recommandés. Les conférences faites à ce sujet dans tout le pays par des professeurs d'agriculture furent nombreuses et le fait que la replantation des vignobles avait pour but la prospérité des propriétaires de vignes et des commerçants en eau-de-vie de cognac fut proclamé partout.

Pour favoriser ce mouvement, le gouvernement institua des primes, dans le but d'exonérer de taxes, pendant trois ans, les propriétaires qui avaient replanté leurs vignes, mesure qui est encore en vigueur. Cela donna de l'encouragement et les ceps de vigne détruits par le phylloxera furent peu à peu remplacés par des ceps américains greffés, offrant de la résistance et toute la culture étrangère à la vigne fut abandonnée dans beaucoup de parties de la contrée. On se hâta de replanter et, à présent, le vignoble entier est reconstitué et produit de grandes récoltes égales à celles qui existaient avant le phylloxera.

Après avoir replanté, il a fallu prendre des mesures pour sauver le pays de la mi-

sère qui désola certaines contrées productrices de raisin et, sous ce rapport, on recommanda à tout le monde de s'unir dans une action concertée. Le commerce de Cognac est basé sur la loyauté et sur le respect de soi-même; ses méthodes se conforment aux intérêts de la viticulture et de ses clients, les deux choses étant inséparables. Les commerçants sont désireux de maintenir et d'augmenter le nombre des consommateurs des produits de ce pays. Ils sont anxieux de mettre à la disposition de tout le monde un produit de vente courante qui puisse être apprécié sans engager trop de capital et sans conduire à une perte de temps. Il y a un certain temps, quelques-uns des représentants les plus qualifiés au monde de la viticulture se rendirent à Cognac pour voir par eux-mêmes l'état prospère des vignobles de la Grande Champagne et des autres crus du pays de Cognac. Les noms de "Eau-de-Vie de Champagne" et "Cognac" ont depuis des siècles une relation intime dans le monde du commerce.

C'est le rôle du commerçant expéditeur de maintenir la confiance des consommateurs et on peut se fier maintenant à ce qui est exporté de la région des Charentes, quand on ordonne de la bonne eau-de-vie, comme étant de l'esprit de pur raisin provenant des vignobles des Charentes. Naturellement, personne s'attendant à recevoir du cognac pur ne peut espérer en obtenir sans payer le prix convenable. Des qualités telles que celles qui sont demandées quelquefois à moins de quatre shillings par gal'on ne peuvent pas toujours être garanties comme étant entièrement de l'esprit de pur raisin bien qu'elles puissent avoir un certain cachet qui les rapproche du cognac. Mais il est préférable que les acheteurs paient le prix voulu et obtiennent l'article réel qui coûte 5 shillings 6 d. à 6s., 6 d. par gallon, pour les nouvelles distillations des Charentes et les prix sont en proportion pour les cuvées plus anciennes; c'est un genre d'affaires qui est plus satisfaisant à la fois pour l'acheteur et pour le vendeur.

Il y a longtemps que les Charentes n'avaient pas pu fournir une valeur de brandy telle qu'elles l'ont fait pendant les quelques dernières années. Mais, depuis 1900, les récoltes ont été abondantes et particulièrement excellentes, quant à la qualité du vin et, en conséquence, quant au genre d'eau-de-vie qui en a été distillée. Maintenant, il y a toute garantie possible pour la pureté de l'eau-de-vie mise sur les marchés étrangers. La production de 1906 a débuté à des prix très bas; 5 sh. à 6 sh. 6d, suivant la proportion d'eau-de-vie champagne (le produit le plus coûteux) que contenait l'eau-de-vie de cette production et la qualité de tous les vignobles a été meilleure que toute celle qui a été obtenue depuis la reconstitution des vi-

Appareil à Nettoyer les Tuyaux à Bière

Pour avoir

DE LA

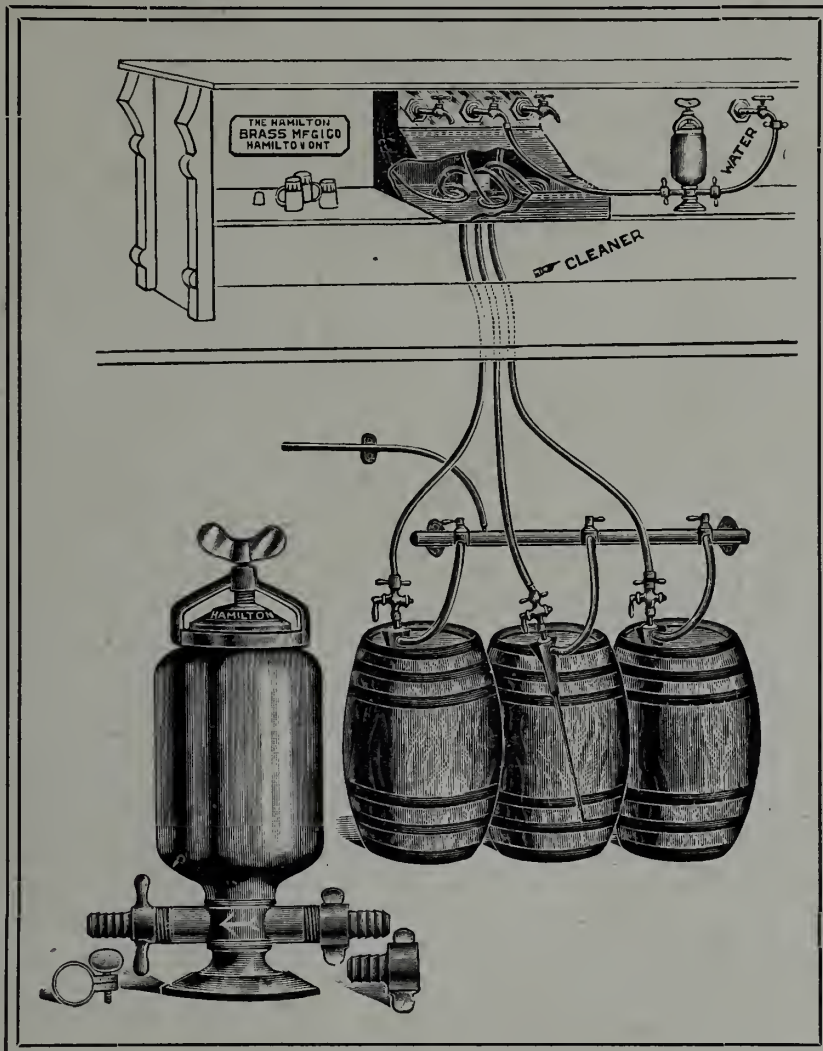
Bonne Bière

Vous devez avoir

DES

Tuyaux Propres.

En employant notre Appareil à nettoyer les tuyaux à bière, vous pouvez toujours avoir vos tuyaux propres et exempts d'amertume et votre bière en bonne condition



PRIX:

Appareil à nettoyer les tuyaux à bière, y compris 6 pieds d'assemblage de tuyaux et une douzaine de paquets de Composition.

\$ 7.00

COMPOSITION

Nettoyant
Rapidement.
Par douzaine
de Paquets.

\$1.50

En bronze massif, étamé fortement à l'intérieur et à l'extérieur.

Comme résultat de nombreuses années d'essais, notre chimiste expert a réussi à produire une composition chimique (exempte d'ingrédients nuisibles) pour nettoyer les tuyaux à Bière, laquelle, employée avec notre Appareil à Nettoyer les Tuyaux à Bière, est absolument la meilleure, la plus rapide et la plus commode pour nettoyer tous les Tuyaux, Serpents, Pompes et Accessoires, par lesquels la Bière est tirée.. Elle évite l'emploi d'eau chaude ou de vapeur, et les nombreux ennuis et mauvais résultats, qui se produisent avec les vieilles méthodes..

Chaque série peut être nettoyée, depuis le Robinet jusqu'à l'extrémité du Tube à Bière, en trois minutes. Instructions détaillées pour l'emploi avec chaque Appareil à nettoyer.

The Hamilton Brass M'f'g Co., Ltd.

327 Rue Craig Ouest - - - Montreal.

Telephone Bell, Main 3245 - - Telephone des Marchands, 774

Bureau Principal et Manufacture : - - - HAMILTON, Ont.

gnes. La réduction de prix comparée aux prix de 1905 a été jusqu'à 1 sh. par gallon. La production de 1905 a suivi de tout près une bonne cuvée et n'a pas été beaucoup appréciée, mais l'excellence marquée de la production de 1906 est évidente.

Malgré la tranquillité des affaires en cette saison, le marché de Cognac offre une très bonne apparence en général et la valeur, surtout celle de la nouvelle fabrication, a montré quelque amélioration. Le prix de cette dernière fabrication augmente maintenant d'une manière générale pour les nouveaux contrats. Les expéditions concernant les eaux-de-vie disponibles, eaux-de-vie sur lesquelles on compte le plus, ont été dépourvues de tout caractère spécial digne de mention, mais, sur le marché local, les affaires se sont faites entre viticulteurs et marchands, d'après les besoins, les eaux-de-vie de la récolte dernière formant le plus grand sujet d'intérêt.

Les viticulteurs reviennent à l'ancienne méthode qui consiste à distiller eux-mêmes leur propre vin, c'est-à-dire qu'au lieu de vendre le vin de leur récolte au marchand lui-même pour que celui-ci le convertisse en eau-de-vie, ils font ce travail eux-mêmes et vendent le produit de leur distillation aux exportateurs, sur échantillons. Autrefois, ils préféraient le système qui consistait à vendre directement leur vin aux expéditeurs, laissant à ceux-ci le soin de faire l'eau-de-vie eux-mêmes, car cela leur enlevait toute espèce de souci; en outre, ils obtenaient leur argent immédiatement après la vendange. Toutefois, maintenant qu'on peut obtenir de si grandes récoltes chaque année, il n'est que juste que ces viticulteurs recourent à l'ancien système et, une fois qu'ils y seront accoutumés, les affaires locales deviendront stables et plus satisfaisantes de toutes manières. Les grandes récoltes des quelques dernières années et les grandes améliorations qu'on a apportées à la fabrication de l'eau-de-vie ramènent un nouvel intérêt sur cette liqueur.

Les eaux-de-vie fines n'ont jamais été à aussi bon marché depuis 1878 et on peut entièrement compter sur leur pureté et leur qualité. Pour le commerce des eaux-de-vie en caisse, de vastes stocks sont détenus dans les Charentes, convenant à tous les besoins, et les réserves de la récolte précédente détenues pour le vieillissement seront un élément précieux sous ce rapport.

UTILITE DES JOURNAUX COMMERCIAUX

Le journalisme commercial s'est développé si rapidement qu'aujourd'hui il existe à peine une ligne du commerce qui n'ait un ou plusieurs journaux consacrés

exclusivement à ses intérêts. Ces journaux ont une forte influence dans leurs sphères respectives—dans de nombreuses branches du commerce, ils sont considérés comme une autorité décidant en dernier ressort. Dirigés habilement par des hommes qui comprennent parfaitement les conditions et les exigences du commerce qu'ils représentent, ces journaux contiennent une quantité de renseignements précieux et sont étudiés attentivement par leurs lecteurs, qui sont tenus parfaitement au courant de toutes les questions qui concernent leur commerce.

Chaque numéro d'un bon journal commercial atteint son but. On l'achète parce qu'il représente de l'argent pour l'acheteur; son contenu se rapporte directement au commerce de l'acheteur; on ne le lit pas par passe-temps ou par amusement, on le lit parce que les renseignements qu'il contient sont d'une application pratique, journalière. Un journal commercial est lu avec plus d'attention et plus d'intérêt que les publications de toute autre espèce.

LA RECOLTE DU HOUBLON

La saison présente a démontré que le houblon provenant de tiges vigoureuses, en bonnes conditions, peut supporter très bien le mauvais temps, car, bien que l'été n'ait pas été favorable, la récolte du continent en général sera au-dessus de la moyenne des dix dernières années et d'une très bonne qualité. En Bavière, les 64,000 acres cultivés en houblon ont produit 210,000 quintaux de cônes secs l'année dernière, tandis que la récolte de la saison actuelle est supposée donner 250,000 à 260,000 quintaux, dont 100,000 quintaux environ sont attribués au district de Halletau, et 35,000 à 40,000, aux districts de Spalt et Kinding, ce dernier étant cette année plus productif par acre que le premier. Les échantillons déjà mis sur le marché sont de qualité et de couleur excellentes et si l'ensemble de la récolte y correspond, le houblon de Bavière pourra, une fois de plus, lutter contre tous ses compétiteurs. L'année dernière, le Wurtemberg a produit 55,000 quintaux, sur 13,500 acres, et la récolte de cette année sera à peu près la même; les districts de Tettang et de Ravensberg fournissent une grande proportion de houblon hâtif, dont une quantité considérable est déjà sur le marché. Dans le duché de Bade, la superficie cultivée en houblon a diminué; elle est maintenant de 5,000 acres à peine; on s'attend à ce que la récolte soit à peu près la même que celle de l'année dernière, c'est-à-dire 25,000 quintaux. L'Alsace-Lothringen est le plus fort producteur de houblon d'Allemagne, en proportion de sa superficie totale; il y a dans ce district environ 10,000 acres plantés en houblon et, dans la Bas-

se-Alsace, 12,500 acres. Le rendement moyen est élevé également; il est d'environ huit quintaux par acre comparative-ment à trois quintaux en Bavière et l'estimation pour la saison présente est de 85,500 à 90,000 quintaux, contre 72,000 quintaux l'année dernière. L'Allemagne du Nord a très peu d'importance en ce qui concerne la culture du houblon; il y a là environ 4,000 acres dans la province de Posen, 1,200 dans la province de Saxe (Altmark), soit environ 6,000 acres en tout. L'année dernière, la récolte a été de 40,000 quintaux, et on s'attend cette année à une récolte de 30 à 45,000 quintaux. En conséquence, le grand total pour l'Allemagne sera de 470,000 à 480,000 quintaux, dont 350,000 à 360,000 seront nécessaires à la consommation domestique, ce qui ne laissera que 120,000 quintaux pour l'exportation.

La Bohême, avec 40,000 acres de superficie de culture, est estimée produire 250,000 quintaux comparativement à 105,000 quintaux l'année dernière; quelques estimations fixent le rendement du district de Saaz seul à 200,000 quintaux, mais cela semble exagéré. La production totale de l'Autriche-Hongrie s'élèvera à 330,000, 340,000 quintaux environ et, comme la consommation domestique n'est que de 140,000 quintaux, il y aura environ 200,000 quintaux pour l'exportation, quantité qui aura probablement une influence considérable. Parmi les autres pays continentaux, la France est estimée produire 65,000 quintaux, la Russie, 55,000, la Belgique et la Hollande, 40,000, la production totale de l'Europe étant ainsi estimée à 1,000,000 de quintaux, contre 750,000 l'année dernière. La consommation est d'environ 780,000 quintaux, ce qui laisse 120,000 quintaux pour l'exportation.

La récolte de l'Angleterre estimée à 400,000 quintaux (246,000 quintaux l'année dernière) sera insuffisante à ses propres besoins qui sont d'environ 600,000 quintaux, de sorte que, malgré les stocks existants, il faudra que ce pays importe une quantité considérable de houblon. Les Etats-Unis qui, l'année dernière, avaient la plus grande récolte, plus de 600,000 quintaux, produiront cette année 550,000 à 580,000 quintaux, dont 150,000 quintaux environ seront disponibles pour l'exportation. L'Australie produit 15,000 quintaux, mais il lui en faut 20,000 pour sa consommation domestique. Les grands totaux pour l'univers entier sont: production, 2,000,000 de quintaux, consommation, 1,800,000 quintaux.

La maison S. H. Ewing & Sons manufacture et importe tous les articles nécessaires à l'embouteillage des vins, bières et liqueurs; cette maison a des bouchons coupés à la main, des bouchons coupés à la machine, des capsules, de la broche, des feuilles d'étain, etc. Nos lecteurs ayant besoin de ces articles ne peuvent faire mieux que de s'adresser à MM. S. H. Ewing & Sons.

LAW, YOUNG & CO.

MONTREAL.

CHAMPAGNE POMMERY

Le Vin pour lequel les plus hauts prix
sont payés en Grande-Bretagne et en France.

Absinthe.....Pernod Fils.
Ale & Stout.....Daukes & Co.
Bénédictine.....Benedictine Co.
Bourgognes.....Bouchard père et fils.
Brandy.....Renault & Co.
Cherry Whisky (The Original) Fremy's
Claret et Sauterne.....Nathl. Johnston & Sons.
Crème Cacao ChouvaA. Droz & Cie.
Gin de Hollande.....T. H. Henkes.
Gin London Dry "Gordon's."
Ginger Ale Anglais..... "Schweppes."
Lime Juice.....L. Rose & Co.
Liqueurs.....Marie Brizard & Roger
Madère.....Leacock & Co.
Soda Anglais..... "Schweppes."
Stout.....Wheeler & Co.
Tarragone.....Louis Quer.
Vermouth Italien.....Freund, Ballor & Co.
Vin de Lisbonne.....Sarano & Co.
Vin de MalagaCrooke Bros.
Vins de Porto et Sherries..Sandeman & Co.
Vins de Porto et Sherries.. "Mackenzie."
Vins du Rhin et Moselle...Koch Lauteren & Co.
Whisky Ecossais..... "Kilmarnock."
Whisky Irlandais.....Dublin Distillers Co.

PROTEGEZ VOS CHEVAUX.

Ne vous en tenez pas à la couverture an-
cien système, mais procurez-vous une

COUVERTE A CHEVAL

MONTREAL SAFETY

STAY-ON

Elle est néces-
saire dans toutes
les écuries.

Que le cheval
soit debout, cou-
ché ou qu'il se rou-
le, elle ne peut se
déranger du dos
de l'animal.

Demandez-la à
votre marchand
ou écrivez-nous
pour les prix ;
mieux encore, ve-
nez nous voir.

Les plus forts manufacturiers au Canada.

E. N. HENEY CO., Ltd.,

333-335 Rue St-Paul, . . . MONTREAL.



Cette Marque Célèbre
Mise en

Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott Ontario.

"NEW-YORK."

"CANADA."

L'ADMINISTRATION D'UNE MAISON DE COMMERCE

Un bon administrateur n'essaie pas de se charger de tout le travail d'une maison de commerce. Il sait qu'à chaque heure presque de la journée, il va se produire quelque chose qui demandera l'exercice de son meilleur jugement et du temps pour y réfléchir. Il ne peut pas faire cela et s'occuper en même temps d'une foule de détails. S'il essaie de le faire, il n'est pas un véritable administrateur. Il peut en remplir le poste et toucher son salaire, mais il n'est pas autre chose qu'un administrateur en herbe.

Des milliers d'hommes capables se leurrent de la croyance qu'ils administrent leurs affaires comme il convient, quand en réalité ils sont les esclaves du travail de détail de leur commerce.

Ils craignent de déléguer leur autorité à leurs subordonnés, quand c'est exactement ce qu'il faudrait faire. Tous les subordonnés désirent avoir une responsabilité, sachant que l'appréciation de leur valeur en dépend et qu'un choix judicieux d'assistants est un des devoirs principaux d'un véritable administrateur. Celui-ci sait qu'il ne peut pas s'occuper de tous les détails; il en charge des hommes compétents, qui lui font un bref rapport sur la manière dont cette partie de l'ouvrage progresse. Il se rend compte immédiatement que s'il a l'aide convenable, tout ira bien, même en son absence, mais que s'il est aidé par des hommes insuffisants, il sera incapable de faire quoi que ce soit, malgré tout le travail qu'il fournira par lui-même.

C'est là un point souvent négligé par des hommes qui désirent devenir administrateurs.

M. Lawrence A. Wilson a tout dernièrement reçu la visite de M. P. N. Gonzales, jr., de MM. Gonzales & Byass, Ltd., de Jerez de la Frontera, Espagne.

La maison Gonzales & Byass qui occupe le premier rang dans le commerce des vins d'Espagne est propriétaire de la célèbre marque "Idolo", la marque de vins de Sherry la plus populaire sur le marché canadien et pour laquelle MM. Lawrence A. Wilson & Cie, Ltée, font une campagne de publicité des plus réussies.

Vins de choix

La maison Laporte, Martin & Cie, Ltée, Montréal, s'est fait une spécialité du commerce des vins des meilleurs crus de tous les pays renommés par leurs vignobles et elle a réussi à s'assurer les agences des maisons les plus renommées dans les lignes des Sherries, Ports, Bourgognes, Clarets, Sauternes, Champagnes, Vins de Madère, Vins de Malaga, Vin Tonique.

Ces vins se vendent en bouteilles ou en fûts de différentes contenances; leurs qualités et leurs prix sont variés.

Demandez des prix à la maison Laporte, Martin & Cie, Ltée, vous y trouverez votre compte.

LES BOISSONS ALCOOLIQUES

Un rapport publié par le Board of Trade de Londres (Ang.) indique la production et la consommation des boissons alcooliques dans l'empire britannique et les principaux pays étrangers, ainsi que le revenu que ces pays en retirent. Un journal anglais dit que, d'après ce rapport, il semble que le Royaume-Uni ne produit à peu près pas de vin et que la production de l'empire consiste principalement en vin du Cap de Bonne Espérance et vin d'Australie. En 1904, le Cap a produit 5,687,000 gallons et, en 1905, la production de l'Australie a été de 5,680,000 gallons. En 1901, la production du Cap a été inférieure à la moitié de celle du Commonwealth Australien, celle-ci surpassant dans cette année la production de 1904. La production du vin varie considérablement d'année en année, surtout en Allemagne où elle a varié de 16,000,000 de gallons en 1891 à 11 millions en 1896 et à 85 millions en 1905. La production de la France a varié de 586 millions en 1895 à 1,482 millions en 1890 et 1,247,000,000 en 1905.

La production de l'Italie qui était de 533 millions de gallons en 1895 a été de 972 millions en 1901 et de 644 millions en 1905.

En Espagne, la production a varié de 331 millions de gallons en 1896 à 656 millions en 1902 et 386 millions en 1905.

Consommation du vin

La consommation du vin dans l'empire britannique, calculée sur la moyenne des cinq dernières années, s'est élevée à 25,000,000 de gallons par année, dont 13 3-8 millions de gallons ont été consommés dans le Royaume-Uni, 5 1-2 millions de gallons dans la Colonie du Cap et 5 millions de gallons dans le Commonwealth Australien. La consommation par tête est la plus élevée dans le Sud de l'Australie où elle atteint près de 5 1-2 gallons par tête chaque année; elle a plus que doublé pendant les quinze dernières années. La consommation de l'Australie, considérée dans son ensemble, n'est que d'environ 1 1-3 gallon, tandis qu'au Cap elle est d'environ 2 1-4 gallons. Dans le Royaume-Uni, la consommation du vin a diminué continuellement depuis 1899 et en 1905, elle s'est élevée seulement à un peu plus de 1-4 de gallon par tête, bien que la moyenne pour la période 1901-05 soit un peu plus élevée, c'est-à-dire 32-100 gallon.

Quant aux pays européens, la consommation est la plus élevée en France, l'Italie étant au second rang, bien que la consommation par tête dans ce dernier pays semble parfois plus élevée que dans le premier. Toutefois, les chiffres étant établis sur la base de production, les importations et exportations de chaque année

ne tiennent pas compte des stocks et ont une fluctuation beaucoup plus grande que la consommation actuelle du pays. Pour la France, il est vrai, il y a des chiffres établis par la consommation taxée, quantité qui est beaucoup plus constante, mais de tels chiffres sont généralement trop bas dans leur ensemble, une grande quantité de vin consommé échappant aux impôts. La consommation du Royaume-Uni est à peu près la même que celle de la Hollande et des Etats-Unis et, comme en Hollande, elle ne porte que sur des vins importés; tandis que d'autre part la plus grande partie de la faible consommation des Etats-Unis a lieu sur des vins domestiques; plus d'un tiers du vin consommé dans le Royaume-Uni provient de France et un quart environ provient d'Espagne et de Portugal respectivement.

Production de la bière

Pour la production de la bière, il n'existe pas la même variation que pour le vin. L'Allemagne vient en tête pour l'année 1905, avec un total de 1,601 millions et le Royaume-Uni, troisième, avec 1,219 millions. L'Australie a produit de 40 à 45 millions de gallons; le Canada, environ 30 millions; la Nouvelle-Zélande, 8 millions et Natal et la Colonie du Cap, à peu près 3 millions. En 1891, la consommation de la bière pour toute la population en Angleterre s'est élevée à 30.2 gallons; de là elle a diminué annuellement jusqu'en 1894 où elle était de 29.5 gallons. A partir de 1894, elle s'est élevée graduellement jusqu'à atteindre 32.6 gallons en 1889; depuis cette année, elle a de nouveau décliné constamment et, en 1905, elle ne s'élevait pas à plus de 27.7 gallons. Toutefois, ce dernier chiffre est plus élevé que dans tout autre pays compris dans le rapport, sauf la Belgique, où la consommation par tête a montré une forte tendance à augmenter; s'étant élevée de 39.2 gallons en 1891 à 48.8 gallons en 1905.

En Allemagne, la consommation par tête a varié de 23.2 gallons en 1891 à 27.5 gallons en 1899 et 1900, la consommation en 1905 étant de 26.3 gallons. Ces chiffres s'appliquent à l'Allemagne entière, y compris le Luxembourg, mais ils ne donnent aucune idée de la grande consommation de bière dans la partie particulière de l'empire, spécialement de la Bavière, du Wurtemberg et de Baden. En l'année 1899, quand la consommation maxima par tête fut atteinte, elle s'élevait à 37.8 gallons dans le duché de Bade, 42.2 gallons dans le Wurtemberg et 54.6 gallons dans la Bavière, tandis que les chiffres correspondants pour 1905 étaient 34.5 gallons dans le Duché de Bade, 38.1 gallons dans le Wurtemberg et 51.7 gallons dans la Bavière. La consommation en Bavière, par tête de population, est donc plus grande qu'en Belgique ou dans tout autre pays du monde. Quant aux principales

BERNARD & LAPORTE

Importateurs des Célèbres
Liqueurs Françaises

Portant la marque **GABRIEL VIARD**, de Troyes, France.

"Pur Abricot,"
"Viardictine,"

"Marasquin,"
"Chartreusette,"

"Cacao Shouwa,"
"Crème de Moka,"

"Curaçao,"
"Anisette, etc."

Cognacs de la Maison
LUCIEN FOUCAULD & Co.

En Calsses et en Fûts

Les Marques **Medico-Tonic**

★ et ★ ★ ★

sont les plus populaires sur notre marché. On les trouve en vente dans tous les principaux établissements. Pour Prix et Renseignements, s'adresser aux

Seuls Agents pour le Canada:

BERNARD & LAPORTE

253-255, rue St-Paul, - - - MONTREAL.



La Bande de Cigares Nouveauté

rapporte de l'argent au marchand de tabac ; c'est l'ouvrage le plus fascinant, reproduisant des Plaques, Cendriers, Plateaux à épingles, Plateaux à cartes de visite, Articles de fumeurs, Tables de jeux, Plateaux de fantaisie, etc.

Cette Bande augmente beaucoup les ventes — c'est une annonce pour tout votre magasin.

Ecrivez aujourd'hui pour avoir le Catalogue. Escomptes spéciaux au commerce.

THE OLIVER NOVELTY CO., 16 Yonge Street Arcade
TORONTO.

colonies britanniques, la consommation par tête dans l'Ouest de l'Australie (22.1 gallons) n'est pas beaucoup au-dessous de celle du Royaume-Uni. Toutefois, en Australie, cette consommation prise en général, n'est pas moins de 12 gallons; dans la Nouvelle-Zélande, elle est inférieure à 10 gallons; au Canada, elle dépasse juste 5 gallons. A Natal et au Cap de Bonne-Espérance, la consommation par tête de population s'élève à 1 ou 2 gallons respectivement, tandis qu'à Terre-Neuve, elle est inférieure à un demi-gallon.

Production des spiritueux

Les principaux pays pour la production des spiritueux sont la Russie et l'Allemagne suivies par les Etats-Unis, la France et l'Autriche. Le Royaume-Uni vient en sixième sur la liste, suivi de près par la Hongrie. La Hollande et la Belgique sont les seuls autres pays qui produisent annuellement plus de 10 millions de gallons d'alcool à preuve. En Russie, les spiritueux sont distillés principalement des pommes de terre et du seigle; en Allemagne, ils sont distillés des pommes de terre; aux Etats-Unis, du maïs; en France, des betteraves et de la mélasse, et dans le Royaume-Uni, du malt. Les quatre-cinquièmes des spiritueux allemands sont produits en Prusse, tandis qu'en France, plus des deux-tiers de la production proviennent des départements du Nord, de la Somme, du Pas-de-Calais et de l'Aisne. Excepté au Canada et dans les colonies du Cap de Bonne-Espérance, la quantité de spiritueux produits dans les colonies autonomes est très petite, et la plus grande partie des spiritueux consommés est importée. Au Canada et dans la colonie du Cap, la principale consommation porte sur l'alcool de production domestique. Parmi les neuf pays producteurs d'alcool, tous, sauf les Etats-Unis et l'Autriche, en exportent plus qu'ils n'en importent et bien que l'Autriche consomme la plupart du temps plus qu'elle ne produit, l'Autriche et la Hongrie ensemble forment un pays d'exportation. En 1904-05, les importations allemandes de spiritueux ont excédé les exportations. La Hollande exporte la plus grande proportion de la quantité qu'elle produit (plus d'un tiers).

Consommation des spiritueux

Pendant les quinze années que comprend ce rapport, la consommation des spiritueux par tête de population en Angleterre suivit à peu près le même courant que la consommation de la bière; en 1891, elle a été faible (0.09 gallons à preuve), de là elle a augmenté annuellement jusqu'à 1.09 gallon en 1899 et 1.01 gallons en 1900. Depuis cette époque, elle a diminué chaque année jusqu'à 0.91 gallon en 1905. Quant aux colonies auto-

nomes, la consommation des spiritueux par tête de population en 1905 a excédé celle du Royaume-Uni dans l'Australie Occidentale, le Queensland, dans l'Australie en général et dans le Canada. Cette consommation a été la plus élevée dans l'Australie Occidentale et dans le Queensland (11.3 gal. par tête) dans chaque cas; dans le Commonwealth, elle était de 0.96 gallon et dans le Canada, de 0.94 gallon. Dans la Nouvelle-Zélande, elle est restée assez stationnaire de 1901 à 1905, à environ 3.4 de gallon, tandis que la consommation la moins forte a eu lieu à Natal et à Terre-Neuve (1.3 de gallon en 1905). La consommation par tête de population dans le Royaume-Uni est plus faible que dans tout autre pays des environs et du centre de l'Europe, excepté la Norvège et (pendant un ou deux ans) la Russie. Toutefois, la consommation dans les pays du Sud de l'Europe mentionnés dans le rapport, c'est-à-dire l'Italie et la Bulgarie est plus faible que dans le Royaume-Uni. La plus grande consommation par tête a lieu au Danemark où elle est presque trois fois plus grande que dans le Royaume-Uni. Aux Etats-Unis, la consommation par tête de population a été plus forte qu'en Angleterre de 1891 à 1893, mais elle a été plus faible de 1894 à 1900. De 1901 à 1905, elle a de nouveau été plus forte, ayant augmenté, tandis que cette consommation diminuait en Angleterre.

La diminution marquée de la consommation des spiritueux en Belgique, de 1903 à 1905, est attribuable, croit-on, à l'augmentation des droits d'accise qui a eu lieu en 1903; ces droits ont été élevés de cent à cent cinquante francs par hectolitre (\$20 à \$30 par 22 gallons). Une diminution semblable, mais moins forte a eu lieu en 1896, quand les droits ont été élevés de 64 francs à 100 francs par hectolitre (\$12.80 à \$20 par 22 gallons).

Produit des droits

Nulle part, les droits sur ces boissons ne contribuent pour une si grande part au revenu national total que dans le Royaume-Uni (\$172,000,000 en 1905), et aux Etats-Unis (\$213,795,000 en 1905), la proportion ne s'élevant pas à moins de 28% de leurs revenus respectifs dans les cinq années comprises de 1901 à 1905. En Hollande, la proportion est de 10 p. c.; en Russie, en Suède et en Belgique, elle est de 17 p. c.; en France, de 15 p. c.; en Danemark, de 13 p. c.; en Norvège et en Autriche-Hongrie, de 11 p. c.; en Allemagne et en Bulgarie, de 5 p. c.

La proportion est exceptionnellement basse en Italie, en Espagne et en Serbie; dans ces pays, le revenu provenant des taxes sur les boissons alcooliques n'est que de 2 p. c. ou moins. Parmi les colonies britanniques à gouvernement autonome, le Canada retire la plus grande por-

portion de ses revenus des boissons alcooliques (18 p. c.). D'autre part, le Cap de Bonne-Espérance en retire 5 p. c., le Natal, 8 p. c. et le Commonwealth Australien, la Nouvelle-Zélande et Terre-Neuve, 9 p. c. Pour les deux pays dans lesquels la proportion du revenu total fourni par les boissons alcooliques est la plus grande, Royaume-Uni et Etats-Unis le rapport en question couvre une période de dix ans, 1896 à 1905. Pendant cette période, la proportion a été la plus élevée dans le Royaume-Uni (36 p. c.), de 1896 à 1900, et la plus faible (27 p. c.) a eu lieu en 1905. Le revenu total dérivé des boissons alcooliques a été plus élevé (39,000,000 de livres sterling) en 1900. Aux Etats-Unis, la proportion du revenu total dérivé des boissons alcooliques pendant la même période a varié; elle a été de 27 p. c. à 20 p. c. Le montant total du revenu provenant des taxes sur le vin, la bière et les spiritueux aux Etats-Unis, pendant la période de 1901 à 1905 a atteint une moyenne de \$200,000,000 relativement à \$180,000,000 provenant de la même source dans le Royaume-Uni et \$170,000,000 en Russie. La France vient ensuite avec un revenu annuel de \$85,000,000, suivie de près par l'Allemagne, avec \$67,500,000 et l'Autriche-Hongrie avec \$63,750,000.

Nos lecteurs qui ne l'ont pas encore reçu peuvent demander à la maison Lawrence A. Wilson Co., Ltée, le tableau-réclame du Sherry "Idolo" qui est une copie de la splendide affiche illustrée qu'on voit sur les murs et qui a pour but de rendre populaire le nom de ce Sherry. "Idolo".

"Idolo" est un Sherry exquis, embouteillé et cacheté par les propriétaires de la marque, MM. Gonzalez, Byass & Co., Ltd., de Jerez de la Frontera, Espagne, dont la réputation universelle est due à l'excellence de ses produits.

Le Sherry "Idolo" est le type parfait du meilleur Sherry. La marque "Idolo" sera sûrement adoptée par tous les amateurs de vrai et bon Sherry.

Parmi les whiskies écossais les plus réputés qui soient au Canada, ceux de la maison James Ainslie & Co, distillateurs, de Leith, Glasgow et Londres, méritent une mention spéciale.

Ces whiskies vieillissent longtemps dans les caves immenses des distillateurs avant d'être mis sur le marché et, de ce fait, ils acquièrent les qualités qu'exigent les vrais connaisseurs.

MM. James Ainslie & Co., sont les pourvoyeurs de la marine royale de la Grande-Bretagne et ils envoient au Canada les mêmes whiskies que ceux qui font les délices des officiers de la marine anglaise.

MM. L. Chaput, Fils & Cie ont un stock de ces fameux whiskies de la marque "Glenlion" dont ils ont l'agence exclusive pour la vente en gros au Canada.

Au mémorable banquet du Guildhall, offert à Londres, le 13 novembre 1907, par le Lord Mayor et les Echevins de la Cité à Sa Majesté l'Empereur d'Allemagne, le Champagne G. H. Mumm Selected Brut a été servi.

LE MONTREAL DRIVING CLUB

Les nombreux sportsmen de Montréal apprendront sans doute avec satisfaction que le nouveau champ de courses de De Lorimier appartenant au Montreal Driving Club sera bientôt achevé.

L'ouvrage qui a été commencé, il y a quelques semaines, a été conduit avec une telle rapidité que la Direction sera en état de donner cet hiver deux réunions de courses, l'une au commencement de janvier et l'autre en février, à part cela il y aura de nombreuses matinées de courses.

Le nouveau champ de courses qui succède à l'ancien Gentlemen's Driving Club est sous la direction de MM. A. Richard et Victor Lemay, le populaire président de l'Association des Hôteliers de Montréal. Ceci est suffisant pour en garantir le succès.

Le champ de courses actuel est situé à peu de distance de l'ancien lieu de réunion et couvre un espace de plus de 800,000 pieds carrés de terrain.

Le Montreal Driving Club comporte toutes les améliorations modernes: les tribunes, qui sont un modèle d'élégance, peuvent contenir plus de 3,500 spectateurs; les écuries sont très spacieuses et supérieurement aménagées; celles actuellement complétées peuvent recevoir de 40 à 50 chevaux, nombre qui sera por-

té de 130 à 150 pour la saison du printemps.

A part des lignes des chars urbains qui aboutissent au Champ de Courses, le Canadian Pacific a fait construire une station pour les besoins du terrain.

Disons en passant que la Direction s'est assurée, pour la saison du printemps et de l'été 1908, l'adhésion de nombreux clubs de Base-Ball et de Lacrosse, qui feront leurs concours sur le nouveau terrain.

Nous croyons savoir que les travaux faits jusqu'à date ont occasionné une dépense de plus de \$30,000.

Les liqueurs françaises de la maison Chastenet et Frères, de Bordeaux, sont des liqueurs de choix; nos lecteurs peuvent s'assurer qu'elles conviennent à leur commerce en demandant des échantillons à MM. L. Chaput, Fils & Cie, qui sont les agents au Canada de la maison Chastenet & Frères.

Les acheteurs de Old Irish Whisky savent que la marque "Extra Special Liqueur" de Mitchell, embouteillée en carafes, est tout ce qu'on peut trouver de mieux sur le marché.

La maison Laporte, Martin et Cie, Ltée, qui a l'agence de cette marque au Canada donnera avec chaque caisse d'"Extra Special Liqueur", un magnifique jeu de cartes. Comme le nombre de jeux de cartes reçus pour cette distribution est limité, les acheteurs devront se presser s'ils veulent profiter de cette prime.

LIQUEURS ANCIENNES ET LIQUEURS MODERNES

Les préparations sucrées et plus ou moins aromatiques que nous appelons liqueurs ont toujours été très populaires en Europe; en réalité, il n'y a pas d'autre branche de la gastronomie où il y ait eu si peu de changement dans le goût populaire pendant les vingt derniers siècles. Nous ne mangeons plus les huîtres avec du miel et nous ne montrons plus de prédilection pour le poisson trop fait, comme nos ancêtres le faisaient; nous ne pensons jamais à ajouter de l'eau de mer à nos vins ou à mettre de la poix dans nos tonneaux pour donner plus de goût à leur contenu; mais il y a encore beaucoup de gens qui aiment des breuvages aromatisés avec du gingembre, de la menthe, de l'anis, de l'absinthe, des pelures d'orange, etc., dont se délectaient les anciens Romains et les Orientaux et dont ces derniers se délectent encore.

L'histoire des liqueurs comprend deux périodes très distinctes: celle qui a précédé et celle qui a suivi la découverte de la distillation. Avant que cet art ait été appliqué à la distillation du vin, des liqueurs étaient simplement des vins aromatisés ou parfumés. Le nouveau vin était bouilli avec des baies, des feuilles ou des bourgeons de cyprès, de laurier, de genévrier, de cèdre, d'absinthe, de



EMBOUTEILLAGE DE BIERE

Le stock considérable de Bière embouteillée à l'avance que nous tenons à la disposition du commerce, nous permet de livrer constamment une qualité supérieure et toujours égale.

Notre outillage pour le lavage des bouteilles, réalise la perfection atteinte à ce jour par les fabricants d'appareils d'embouteillage.

W. J. RAFFERTY,

Embouteilleur autorisé de la maison W. DOW & CO,
Brasseurs et fabricants de Malt,

**33, 35 et 37, rue Vallée
MONTREAL.**



L'avez-vous en Stock ?

Il se vend beaucoup de

Vin St-Martin

C'est un Tonique Reconstituant combiné avec le plus généreux des Vins: c'est aussi le plus ancien des vins toniques connus.

La demande augmente tous les jours et notre publicité très étendue est à l'avantage du marchand qui le tient en stock.

DISTRIBUTEURS GENERAUX:

Maison FOURNIER-FOURNIER

LIMITÉE

ST-HYACINTHE, P.Q.

thym sauvage et on y ajoutait ensuite du miel. Ainsi, le "mulsum" des Romains était, d'après Pline, un mélange exquis de vieux vins de Falerne et de nouveau miel uniquement, tandis que les Romains appelaient "anisites" le mélange dans lequel quelques grains d'anis avaient été infusés. Le "granatum" était préparé en jetant trente grenades cassées dans un fût de vin et en versant par-dessus dix chopines et demie de différents vins secs et surs. La recette pour faire le "rosatum" est indiquée de la manière suivante par Aprius: "Mettez quelques feuilles de rose dans un linge propre; cousez et laissez pendant sept jours dans le vin; enlevez les roses et mettez-y des roses fraîches; recommencez l'opération trois fois, puis passez le vin. Ajoutez un peu de miel au moment de boire. Les roses doivent être fraîches et exemptes de rosée". Le "violatum" était fait de la même manière, mais on employait des violettes au lieu de roses. Le "myrrhimum" si apprécié des anciens était un vin mélangé d'un peu de myrrhe qui lui donnait un goût meilleur et le faisait se conserver plus longtemps. Une infusion de graines de persil dans le vin était quelquefois servie avant le repas, comme apéritif.

Au Moyen-Age, spécialement en Italie, en France, en Angleterre et dans les Flandres, le goût pour les vins sucrés, aromatisés, devint plus général dès que les épices commencèrent à être importées de l'Orient; c'est au moyen de ces épices qu'on faisait l'"Hippocras", le "Piments", le "Nectar" et le "Clarrys", breuvages pour lesquels les poètes du Moyen-Age ne semblaient jamais trouver des expressions assez extravagantes pour faire leur éloge. L'"Hippocras" était fait, soit avec du vin blanc, soit avec du vin rouge; à une chopine de ces vins, on ajoutait $\frac{1}{2}$ livre de miel, une demi-once de muscade en poudre et un dragme de gingembre sec.

Le "Piments" était préparé de la façon suivante: A deux chopines de vin, on ajoutait une livre de miel, une demi-once de clous, de poudre de muscade, deux dragmes de gingembre, un dragme de clous de girofle et un dragme de poivre. Ce qui caractérisait la fabrication du "Clarrys", c'était l'addition de graines de paradis à un mélange semblable à celui qui servait à la fabrication du "Piments". La cannelle, le safran, le coriandre et beaucoup d'autres ingrédients étaient employés suivant le goût individuel de chaque personne; ainsi, la recette pour faire l'"Hippocras" telle que donnée dans la "Chronique d'Arnold" est différente de celle donnée ci-dessus. Recette pour faire l'"Hippocras": Pour un gallon et une chopine de vin rouge, prenez trois onces de cannelle, une once de gingembre sec, deux onces de poivre vert, une pinte de clous de girofle et de macis, 1-4 once de Spignard et une livre de sucre.

Toutefois, ce n'est qu'à l'époque où l'art de la distillation fut généralement connu que les liqueurs remplacèrent les vins sucrés, aromatisés, épicés, qui portaient les noms génériques d'"Elixir", "Ratafia", "Nectar", etc. La distillation prise dans son sens le plus général, était connue des anciens qui distillaient l'eau de mer et le jus de diverses plantes. Mais le procédé de la distillation ne paraît pas avoir été appliqué au vin avant le XIIe siècle, alors qu'Arnold de Villeneuve qui ne prétend pas être son inventeur, nous laissait la description suivante du vin distillé: "Certains gens l'appellent eau-de-vie et ce nom lui convient remarquablement, car c'est réellement une eau d'immortalité. Ses qualités, commencent à être reconnues; elle prolonge la vie, débarrasse le corps des humeurs, revivifie le cœur et conserve la jeunesse." Les premiers distillateurs furent tellement impressionnés des qualités merveilleuses du vin distillé qu'ils s'imaginaient qu'il conservait quelque attribut du feu qui avait aidé à le faire. Ils le distillaient très lentement sur du sable chauffé et s'efforçaient d'obtenir un contact aussi long que possible entre le liquide et la chaleur, pensant que c'était le moyen le plus sûr d'obtenir une liqueur plus ardente.

Pendant le XIVe siècle, beaucoup de progrès furent faits dans la distillation du vin en Italie, en Allemagne et en France, bien qu'il n'en soit pas fait mention, à une date aussi reculée, en Angleterre. Toutefois l'usage de l'eau-de-vie était à peu près restreint aux médicaments sur le continent, jusqu'à la fin du XVe siècle; son prix était élevé, sa saveur doit avoir été très rude, à cause de l'absence de rectification et sa vente était presque entièrement entre les mains des apothicaires. Toutefois, c'est vers cette époque que l'eau-de-vie commença à être servie comme cordial dans les grands diners et il était alors habituel en Italie d'offrir aux convives, en même temps, des friandises aromatisées avec l'anis; ces friandises étaient conservées dans la bouche pendant qu'on sirotait l'eau-de-vie; ceux qui ne se sentaient pas capables de boire cette liqueur ardente y goûtaient seulement en suçant ces friandises après qu'elles avaient été trempées dans l'eau-de-vie. Cette habitude suggéra immédiatement à quelques distillateurs italiens entreprenants d'offrir en vente une liqueur dans laquelle l'eau-de-vie, le sucre et l'anisette fussent mélangés judicieusement et le succès de cette nouvelle entreprise peut bien mieux être compris quand on se rappelle qu'à cette époque on considérait comme un gaspillage coupable de faire de l'eau-de-vie au moyen de bon vin en bon état. Les lies et les vins invendables étaient communément employés pour la distillation et doivent avoir communiqué au liquide une saveur très désa-

gréable que l'on déguisait heureusement au moyen de l'anis. La popularité de cette dernière liqueur conduisait les distillateurs et les confiseurs à fabriquer beaucoup d'autres liqueurs dans lesquelles la graine d'anis était remplacée par la menthe, la pelure d'orange, les cerises et autres fruits ou herbes très parfumées.

Toutes ces liqueurs, bien qu'à l'occasion elles aient été faites dans d'autres pays, ne furent consommées assez grandement en Italie que vers l'année 1533, alors que Catherine de Médicis épousa le Dauphin, Fils de François I. Les Italiens qu'elle amena à sa suite et ceux qui se rendirent en foule en France, quand elle devint reine, introduisirent l'usage des liqueurs, et le goût des Français pour ces liqueurs semble avoir dégénéré rapidement en passion. Une variété de liqueurs fut bientôt manufacturée en France, qui défie toute classification; on y sucrat les alcools de vin avec du miel ou du sucre et on les parfumait avec du cubèbe, de la cannelle, des clous de girofle, des graines de paradis, de la réglisse, de l'eau de rose, du jus de grenade, du musc, de l'ambre, de la mandragore et beaucoup d'autres articles.

De France, la réputation de ces liqueurs passa bientôt en Angleterre où leur popularité fut éprouvée en très grande partie par les prix prohibitifs auxquels elles étaient forcement vendues.

Comme nos ancêtres étaient des amateurs de breuvages sucrés et épicés, il est probable qu'ils n'auraient pas joui de la faveur populaire qu'ils ont conservé jusqu'à ce jour, sans la croyance très ancienne et profondément enracinée que c'étaient des philtres d'amour puissants. Cette superstition, si on peut l'appeler ainsi, était, à une époque, absolument universelle et elle était basée sur certaines propriétés bien connues de certaines plantes qui avaient une action excitante très marquée sur les passions humaines.

Ce fait est prouvé par les noms que les distillateurs donnèrent à leurs liqueurs afin d'engager à les essayer et à les adopter. Une de ces liqueurs, par exemple, qui était en grande faveur au XVIIIe siècle, c'était la liqueur "Parfait Amour", une décoction de divers fruits et noix, colorée en rouge foncé avec de la cochenille. Une autre liqueur que le sucre et le safran rendaient douce, velouteuse et onctueuse était appelée "Huile de Vénus". Son succès fut simplement prodigieux, comme on peut l'imaginer par le fait qu'à la mort de l'inventeur, de petites quantités de cette liqueur furent vendues à des ventes privées, à raison de deux à trois livres sterling la chopine. Même jusqu'au milieu du dernier siècle, des liqueurs très populaires étaient appelées, non seulement "Parfait Amour", mais aussi "Petit Lait de Henri IV", "Huile de Vénus", "Eau des Braves",

Il y a profit à acheter maintenant!

Nous recevons en ce moment la balance de nos importations qui sont plus considérables que jamais. L'espace dont nous disposons dans nos magasins actuels étant beaucoup trop restreint, et les frais de transport et d'entrepôt étant fort élevés, nous avons décidé de coter des prix spéciaux aux acheteurs pour livraison immédiate sur les quais. Ils bénéficieront ainsi d'une réduction avantageuse sur le prix de la marchandise et de la suppression des frais de transport et d'entrepôt ainsi obtenue.

Parmi les marchandises reçues actuellement, nous mentionnons les

Vins de Port de la Real Companhia Vinicola du Portugal,
 Vins Sherry de Diez Hermanos de Jerez de la Frontera,
 Vins Clarets et Sauternes de la Maison Vigneau et Cambours, Bordeaux,
 Vins de Bourgogne de la Maison Morin, Père et Fils, Beaune,
 Vins de Madère de la Maison Blandy Bros., de Madère,
 Vins de Malaga et Muscatel de la Maison Garrett & Cie., de Malaga,
 Vins de Messe "Vatican," "Sanctuaire" et "Colli,"
 Vins de Champagne de la Maison Piper-Heidsieck,
 Vins de Champagne de l'Union Champenoise de Reims,
 Vin Tonique Bacchus au Quinquina, de la Maison Adrien Sarazin de Dijon,
 Cognac Ph. Richard, Gin en cruchons de cristal de fantaisie,
 Scotch Whisky Mitchell Rhum des meilleures provenances,
 Irish Whisky Mitchell, Liqueurs Fines Françaises, Marque Garnier.

Nous sommes à vos ordres pour qualités, quantités et prix.

Examinez cette liste. — Voyez ce dont vous avez besoin,

ACHETEZ MAINTENANT

et profitez des avantages de prix faits aux acheteurs bien avisés.

Pour toutes informations, cotations, écrivez, téléphonez ou télégraphiez à nos frais.

LAPORTE, MARTIN & CIE., Ltée.

Epicerie, Vins, Eaux-de-Vie et Liqueurs en Gros.

MONTREAL.

"Eau Nuptiale", "Eau Virginale", "Favorite", "Belle de Nuit", "Eau de Pucelle". La recette pour faire la dernière liqueur nommée peut être intéressante pour nos lecteurs: elle était la suivante:

Eau de pucelle:

Genièvre pilé 2 oz.
Angélique pilée 1/2 oz.
Eau de fleurs d'oranger . . . 1/4 poisson
Sucre 1 1/4 lb.
Eau-de-vie . . 3 pintes et un 1-2 setier.
Eau 1/2 chopine.

Tous ces soms suggestifs sont maintenant abandonnés, à l'exception de la liqueur "Parfait Amour" en Angleterre et, d'une manière générale, partout, excepté aux Etats-Unis, personne, qu'un habitant du pays où flotte le drapeau étoilé, ne se soucierait de demander dans une place publique un "Kiss-me-Quick", concoction fade de fleurs d'oranger ou un "Lover's Delight" qui a un fort goût de jasmin ou encore un "Lucia's Elixir", "Maid's Oil", "Maid's Water" et ainsi de suite.

De toutes les anciennes potions d'amour dans lesquelles nos ancêtres plaçaient une confiance si complète, une qui était réputée la plus puissante était faite d'une plante appelée "mandragore".

La croyance que cette plante possédait les vertus d'un philtre d'amour eut pour origine le fait que d'habitude elle poussait en ressemblant aux membres inférieurs de l'homme et que ses fruits étaient supposés, en Orient sont encore supposés, faciliter la fécondité. La mandragore, comme breuvage, était bien connue de Shakespeare qui fait s'écrier à Cléopâtre: "Donnez-moi de la mandragore à boire". Le grand poète connaissait aussi quelques-unes des fables extraordinaires qui attribuaient une sorte de vie humaine et des sentiments humains à cette plante. Dans "Roméo et Juliette", nous lisons: ".....et pousse des cris comme des mandragores arrachées de la terre, à tel point que des êtres humains les entendant deviennent fous".

La vertu de la mandragore est aussi rappelée dans une chanson française très jolie, par Léo Delibes, intitulée: "Balade de la Mandragore":—

Tant que le jour dure encore,
Dressez un petit autel;
Placez-y la Mandragore,
C'est l'image d'un mortel.

Entourez-la de quatre cierges
Achetés bien dévotement,
Choisis parmi les cires vierges,
Et dites en les allumant:

Mandragore charmée,
Fais que je sois aimée;
Fais que mon regard attire le sien;
Que par ton pouvoir, au devant du mien
Son regard vienne.

Puis au coeur de la racine,
Le cierge étant consumé,
Piquez une épingle fine
Portant le nom bien-aimé.

Celui que votre coeur appelle
Tout aussitôt vous le verrez,
Son image dans la chapelle,
Restera tant que vous direz:

Mandragore charmée,
Fais que je sois aimée;
Fais que mon regard attire le sien;
Que par ton pouvoir, au devant du mien
Son coeur vienne.

En dépit d'une renommée si ancienne, le nom même de la mandragore est à peu près oublié aujourd'hui. Toutefois, il a été conservé par la maison qui a inventé la "Crème de Menthe" et, dont les bouteilles à long goulot et à ventre rebondi portent sur leur étiquette le nom de "Mandragorine".

Ce ne serait pas juste pour l'Eglise de terminer ces notes sur les liqueurs, sans mentionner que l'on doit à beaucoup d'ordres religieux quelques-unes des liqueurs les plus agréables et, à juste titre, les plus populaires. Les ordres religieux furent renommés de bonne heure pour les produits de leur distillation. Ayant fait des voyages en Italie, Montaigne mentionne que les Jésuites de Vicence avaient une fabrique de liqueurs dans leurs monastère, de même que les moines de Vérone qui étaient d'excellents distillateurs de l'eau de Naffe, liqueur faite au moyen de la fleur du citron. C'est dans le cloître des trappistes de l'Allier que fut fabriqué, pour la première fois, l'elixir de Sept Fonds, tandis que les cénobites de la Grâce de Dieu produisaient la Trappistine et que les Saints Pères de Rouen inventaient la liqueur de Bon Secours.

Mieux connue qu'aucune de ces liqueurs est la célèbre chartreuse qui fut manufacturée pendant de nombreuses années par les moines Carthusiens du Dauphiné, à la Grande Chartreuse. Ce n'est que dernièrement que les moines durent émigrer à Tarragone; ils expédient maintenant leur liqueur sous un nom légèrement différent, ayant été forcés d'abandonner leurs anciennes marques de commerce sous les

quelles la chartreuse continue à être faite et à être expédiée par des laïques; il en a été de même pour d'autres liqueurs telles que la bénédictine, l'eau-de-vie des Carmes, la Liqueur des Evêques, noms qui indiquent quelque origine religieuse éloignée—(Ridley Wine & Spirit Trade Circular).

PUBLICITE SYSTEMATIQUE

Pour chaque ligne de machinerie fabriquée, le département de la publicité devrait préparer une petite brochure illustrée, si possible, donnant des renseignements complets concernant cette ligne particulière. Ces brochures peuvent être envoyées par la poste, à des personnes ayant des listes choisies de noms, comme moyen d'atteindre indirectement les personnes visées, et elles peuvent être envoyées directement à d'autres personnes, en réponse à des demandes d'informations. Des listes classifiées de noms peuvent être obtenues, divisées et subdivisées d'une manière telle qu'il soit possible d'obtenir les noms de maisons faisant partie de presque toutes les branches de commerce. En se procurant ces listes choisies et en envoyant par la poste des brochures et d'autres matières à publicité, il est possible d'atteindre indirectement un grand nombre de personnes qui peuvent devenir des clients. Le coût de ces brochures est d'habitude un peu plus élevé que celui d'une annonce dans un journal commercial, mais ces brochures ont l'avantage de pouvoir donner plus de renseignements que cela n'est possible dans une annonce. En combinant les deux méthodes, il est presque certain que tous les clients en perspective seront atteints indirectement.

Des cartes postales et des lettres circulaires devraient aussi être préparées et envoyées aux personnes ayant une liste de clients éventuels. En préparant une série de six à douze cartes, lettres et pamphlets et en les envoyant à intervalles réguliers, les personnes indirectement visées auront leur attention attirée sur les produits de la maison de commerce et apprendront quelles sont leurs bonnes qualités. Si ce genre de travail est fait d'une manière systématique, il est certain qu'une bonne proportion des personnes comprises sur la liste seront intéressées, des demandes de renseignements seront reçues pour plus amples informations. Ces demandes sont ce que les maisons de commerce recherchent. Chaque demande de renseignements signifie un nouveau client, une plus grande possibilité de vendre.

Nous voyons ainsi, dit "Selling Magazine" que le premier devoir du département de la publicité consiste à annoncer dans les journaux commerciaux et à tra-

VINS ET EAUX-DE-VIE

DES CHARENTES

Gaston Dugas & Cie,

Propriétaires-Distillateurs

MATHA, - pres Cognac.

Lalonde & Desroches, Agents,

210, rue St-Paul, Montreal.

JAMES AINSLIE & CO.

LEITH ET GLASGOW, (ECOSSE)

LONDRES, (ANGLETERRE)

Une des plus importantes distilleries de WHISKIES ECOSSAIS. La réputation de Mess. JAMES AINSLIE & CO. est universelle.

Cette maison possède dans ses caves une quantité énorme de WHISKIES. Par ce fait elle est en position de fournir des qualités supérieures.

Pour vous convaincre, essayez-les, comparez-les, ça vous paiera.

—••—

POURVOYEURS DE LA MARINE ROYALE

Marque **"CLENLION"** Enregistrée

Yellow Label, White Label, Special,
Extra Special. Liqueurs "All Malt"

FUTS — Toutes les grandeurs et qualités.

CHASTENET & FRERES

BORDEAUX, (FRANCE)

Liqueurs Francaises Choiesies

Strawberry
Apricot
Peach

BRANDY

CREME DE MENTHE

"GRENADINE—SIROP DE GOMME"

*Toutes ces marchandises se trouvent dans
les épiceries et cafés de première classe.*

ECHANTILLONS FOURNIS AVEC PLAISIR

L. CHAPUT, FILS & CIE

MONTREAL

AGENTS POUR LE CANADA

vailler sur une liste de noms choisis. Ce travail est fait par le département de la publicité seul et dépend, pour son succès, du soin et du jugement apportés dans sa préparation et dans le placement des annonces; il dépend également de la manière systématique avec laquelle les listes d'expédition sont employées. Le second devoir du département de la publicité est de convertir les clients en perspective en clients réguliers. Pour ce travail, le département à l'aide du gérant des ventes et des vendeurs. Cette aide additionnelle est précieuse, mais n'amoin-drit en rien l'importance du travail du département, car le gérant des ventes et les vendeurs ne peuvent travailler qu'avec un petit nombre de clients en perspective directs à la fois, tandis que le département de la publicité est continuellement au travail avec la liste entière de ces clients en perspective.

Quand une demande de renseignements est reçue par la poste, ou quand le nom de quelque acheteur intéressé est envoyé par un vendeur, une carte devrait être établie montrant d'un seul coup d'oeil le nom et l'adresse de l'acheteur en perspective et la ligne particulière à laquelle il s'intéresse.

Les cartes devraient être classées d'après les territoires parcourus par le vendeur. Puis, comme les vendeurs s'occupent aussi d'acheteurs futurs directs, il sera facile de travailler en harmonie avec eux, en suppléant à leurs visites par l'envoi de matière à publicité, juste avant leur visite. Le commerçant qui se propose de faire des achats connaîtra alors d'avance le nom de la firme et le produit qu'elle vend.

Les opinions diffèrent sur la question du temps qu'il faudra employer pour travailler un client futur et on ne peut pas pour cela établir de règle fixe et stricte. L'auteur est d'opinion que beaucoup de clients en perspective ont été perdus parce qu'on les a abandonnés trop tôt. Par conséquent, le travail devrait continuer jusqu'à ce qu'il soit prouvé irrémédiablement que de l'acheteur en perspective on ne peut pas faire un client régulier. Tant qu'il y a une possibilité, on devrait continuer le travail.

L'INDUSTRIE DU RHUM A LA JAMAÏQUE

M. F. Van Dyne, de Kingston, consul des Etats-Unis, donne les informations suivantes sur l'aide donnée à la Jamaïque par le gouvernement pour le développement de l'industrie du rhum:

Un exemple de l'activité dont fait preuve le gouvernement anglais pour favori-

ser et développer dans ses colonies toute industrie promettant des résultats, est mis en évidence par les cours d'instruction donnés maintenant au laboratoire du gouvernement, près de Kingston sur la "Science de la fabrication du rhum."

Il y a quelques années, le gouvernement impérial consacra £10,000 (\$48,665) au développement de l'industrie du sucre de la Jamaïque. Une partie de cette somme fut employée à l'achat d'engrais en vue d'améliorer la culture de la canne à sucre et une autre partie à des recherches scientifiques faites dans le but d'améliorer et de développer l'industrie du rhum dans cette île. Comme résultat de ces recherches par les chimistes du laboratoire du gouvernement, on a trouvé la réaction qui a lieu dans la fermentation du rhum et ce qui produit ses arômes et ses qualités divers. Pour faire profiter les producteurs de ces recherches, on a institué les cours mentionnés plus haut, faits pour une catégorie de distillateurs et de gérants de propriétés, venus des plantations de toutes les parties de l'île. Ces hommes sont divisés en classes et chacun voit sous ses yeux la distillation et la fermentation se faire; on lui montre les changements qui ont lieu et les diverses méthodes de traitement nécessaires pour produire du rhum commun et du rhum aromatique.

Le gouverneur qui s'intéresse au développement des ressources de l'île a ouvert officiellement les cours par un discours. Les hommes suivant ces cours sont au nombre de neuf et les cours dureront trois semaines. D'après les statistiques pour l'année se terminant au 31 mars dernier, le rhum de la Jamaïque occupe la seconde place comme importance parmi les produits ordinaires de la colonie; il vient après les fruits et constitue les 7.1 pour cent des exportations totales. Les exportations de rhum pour l'année se sont élevées à 1,463,070 gallons évalués à \$652,666, soit une augmentation de 332,521 gallons représentant une valeur de \$171,272.

REVUE GENERALE

Les maisons de gros n'expédient plus les commandes d'eaux minérales, vins légers, etc., en un mot de tout liquide pouvant souffrir de la gelée, à moins que ce ne soit par "express."

PERSONNEL

—M. Arthur Terroux, de MM. Law, Young & Co., fait actuellement un voyage d'affaires dans les Provinces Maritimes et l'île de Terre-Neuve.

—Les nombreux amis de M. L. P. Hardy apprendront sans doute avec intérêt qu'il vient de se marier le 26 novembre et qu'actuellement il est en voyage de noces aux Etats-Unis.

M. L. P. Hardy qui a représenté avec succès pendant de nombreuses années plusieurs maisons importantes de Montréal, dans le commerce des vins et liqueurs, est propriétaire, depuis cet automne, d'un des plus importants restaurants de la Basse-Ville, à Québec.

LA BIÈRE JAPONAISE DANS L'INDE

Le consul général H. B. Miller a envoyé de Yokohama un rapport fait au gouvernement de Tokio par le consul japonais, l'informant que la demande pour la bière dans l'Inde dépasse 11,000,000 de gallons par an, et que cette demande a une tendance à l'augmentation. Sur cette quantité, 6,000,000 de gallons sont fournis par l'Angleterre et 7 pour cent seulement par d'autres pays.

En 1905, 4,000,000 de gallons de bière japonaise furent importés par l'Inde et la plus grande partie de cette quantité fut vendue à l'essai à Calcutta et aux environs; car on connaissait très peu la bière japonaise dans le voisinage de Bombay. Le consul japonais fait remarquer, à la fin de son rapport qu'étant donné que les commerçants de l'Inde commencent à s'occuper du commerce du Japon, si de la bière japonaise de la meilleure qualité était expédiée dans l'Inde, il serait possible de trouver dans ce pays un débouché pour la bière japonaise.

S. H. Ewing & Sons, Importateurs et
Manufacturiers de

BOUCHONS

Coupés à la Main et à la Machine

Marchands de Capsules pour bouteilles, de
broche d'embouteilleurs, d'Etain en feuilles,
de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

SUCCURSALE DE TORONTO: 29 Front St., West. BUREAU PRINCIPAL: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522

===== VENDEZ LE =====

GIN DE BURNETT

“LE LONDON DRY ORIGINAL,”

===== Absolument le plus Fin! =====

J. M. Douglas & Co., Seuls Agents au Canada. Montréal.

JOSEPH E. SEACRAM, — DISTILLATEUR DE —
Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA.

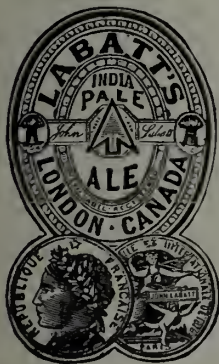
“Old Times,” “White Wheat,” “No 83 Rye,” “Star Rye.”

MEAGHER BROS. & CO., Montreal, Agents.

AU COMMERCE

Maintenez votre approvisionnement d’ALE et de
PORTER de

Labatt's



**Les Meilleures
Bières de Malt
au Pays, et les
Gens le savent.**

Vous êtes obligé de les avoir si vous voulez con-
server vos clients. Si vous leur substituez d’au-
tres marques, vos clients ne se plaindront peut-
être pas, mais ils donneront leur clientèle là où
ils obtiendront ce qu’ils veulent avoir.



TENEZ LE CHAMPAGNE "MUMM"
Champagne par lequel les autres sont jugés.

G. H. MUMM & CO.

EXTRA DRY

Le Champagne Sec le plus exquis qui soit produit.

SELECTED BRUT

Le Vin Brut le plus Fin sur le marché.

DES BREVETS ROYAUX ONT ÉTÉ ACCORDÉS à MM. G. H. MUMM & Co., par

Sa Majesté le roi Edouard VII
Sa Majesté l'empereur d'Allemagne
Sa Majesté l'empereur d'Autriche
Sa Majesté le roi d'Italie.

Sa Majesté le roi de Suède
Sa Majesté le roi de Danemark
Sa Majesté le roi de Belgique
Sa Majesté le roi d'Espagne

Les importations de Champagne G. H. MUMM & CO., pour l'année 1906, ont été de 112,598 caisses.

Plus fortes de presque 40,000 caisses que les importations de Champagne de toute autre marque.

S. B. TOWNSEND & CO., MONTREAL

Seuls Agents pour le Canada.

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE		La cse
Ed. Pernod (3)	..	14.50
Gemp. Pernod (14)	..	13.50
Pernod Fils (12)	..	15.00

AMERS		
Amer Picon (12)	..	11.00
L. C. F. C. (1)	..	Lacse
Jamaica ..	pts.	5.50
Celery ..	pts.	5.50
Mixed Bitters (13)	..	8.00

APERITIFS		
Bacchus (2)	..	Lacse
12 Bouteilles	10.00
Dubonnet (1)	..	Lacse
Litres	10.00
Mixed Bitters (13)	..	8.00
Tôt (14)	..	7.50

BIERES		qts.	pts.
Bass' (4)	..	2.65	1.65
E. & J. Burke's Bottling..	..	2.40	1.55
Bass' (2)	..	2.65	1.65
Daukes' & Co.	2.60	1.70
Bass' (4)	..	2.60	1.70
C. G. Hibbert's Bottling	2.65	1.65
Bass' (3)	..	2.60	1.70
Read Bros. Dog's Head.	2.60	1.70
Bass' (14)	..	2.60	1.70
Monkey Brand	2.60	1.70
Monkey Brand, Nips	\$1.15	
Bass' (6)	..	2.65	1.65
Boar's Head.	2.65	1.65
Bass & Co. (6)	..	In wood.	
Hhds	40.00	
Bhls	28.25	
India Pale, Kilderkins	15.00	
India Pale, Firkin	8.00	
Machen & Hudson (5)	..	2.50	1.55
Marque "Beaver"	2.50	1.55
Pabst (1)	..	Pints	
Export, 10 doz.	12.75	
Blue Ribbon, 10 doz.	13.75	
Tennants (6)	..	2.50	1.65

BIGARREAUX		qts.	pts.
L. A. Price (1)	..	8.00	9.00
Bigarreaux au Marasquin	10.00	6.00
Teysonneau (12)	..		
Bigarreaux au Marasquin. .	..	10.00	6.00

BOURGOGNES BLANCS		qts.	pts.
Bouchard, Père & Fils (12)	..	8.00	9.00
Chablis.	11.75	
Chablis, 1889.	11.50	12.50
J. Calvet & Cie (6)	..	11.50	12.50
Chablis	11.50	12.50
F. Chauvenet (15)	..	20.00	10.00
Montrachet [marq. Guiche]	..	7.25	8.25
Chablis Supérieur.	8.50	9.50
C. Marey & Liger-Bélaïr (4)	..	7.50	8.50
Chablis.	7.50	8.50
Morin, Père & Fils (2)	..	7.50	8.50
Chablis, 1898	7.50	8.50
Frédéric Mugnier (3)	..	8.00	9.00
Chablis.	8.00	9.00

BOURGOGNES MOUSSEUX		qts.	pts.
Bouchard, Père & Fils (12)	..	14.00	15.50
Bourgogne Mousseux	16.00	17.00
Beaune.	18.00	19.00
Nuits.	22.00	23.50
Chambertin.	22.00	23.50
F. Chauvenet (15)	..	22.00	24.00
"White Cap" (Ultra Sec).	..	22.00	24.00
"Pink Cap" (Vin des Dames)	..	22.00	24.00
"Red Cap" (Extra Sec.)..	..	21.00	23.00
C. Marey & Liger-Bélaïr (4)	..	17.00	18.50
Nuits — rouge.	12.50	13.50
Morin, Père & Fils (2)	..	12.50	13.50
Sec-Mousseux	12.50	13.50

BOURGOGNES ROUGES		qts.	pts.
Bouchard, Père & Fils (12)	..	6.50	7.50
Macon.	8.00	9.00
Beaujolais.	8.00	9.00
Beaune.	8.00	9.00
"Club".	7.00	8.00

Pommard.	9.00	10.00
Nuits.	11.00	13.50
Chambertin.	16.00	17.00
Clos de Vougeot.	20.00	21.00
J. Calvet & Cie (6)	qts.	pts.
Beaune.	1889.	9.00 10.00
Pommard.	1887.	11.50 12.50
Volnay.	1889.	13.75 14.75
Chambertin.	1887.	18.00 19.00
F. Chauvenet (15)	qts.	pts.
Clos-de-Vougeot.	25.50	26.50
Chambertin.	18.50	19.50
Romanée.	18.50	19.50
Corton [Clos-du-Roi].	15.50	16.50
Nuits.	13.00	14.00
Volnay.	12.50	13.50
Pommard.	11.50	12.50
Beaune.	10.00	11.00
Moulin-à-Vent, Macon vieux		
Supérieur.	9.00	10.00
Beaujolais.	7.00	8.00
Macon [Cholx].	6.50	7.50

A. Lalande & Cie (5)	qts.	pts.
Macon.	4.40	5.40
Beaujolais.	5.00	6.00
Beaune.	6.00	7.00
Pommard.	6.60	7.60
C. Marey & Liger-Bélaïr (4)	qts.	pts.
Beaujolais.	6.25	7.25
Macon.	6.50	7.50
Beaune.	6.75	7.75
Pommard.	8.50	9.50
Nuits.	13.00	14.00
Chambertin.	16.50	17.50
Morin, Père & Fils (2)	qts.	pts.
Macon, 1898 ..	5.00	6.00
Beaune, 1898 ..	6.50	7.50
Pommard, 1898 ..	7.00	8.00
Nuits, 1878 ..	8.50	9.50
Frédéric Mugnier (3)	qts.	pts.
Beaujolais.	6.00	7.00
Macon.	6.50	7.50
Beaune.	7.00	8.00
Pommard.	8.50	9.50
Nuits.	10.50	11.50
Chambertin.	15.00	16.00

CHAMPAGNES		qts.	pts.	splits
C. A. Cardinal (2)	..	12.50	13.50	14.50
Extra Dry	28.00	30.00	
Victor Clicquot (10)	..	20.00	22.00	
Extra Dry & Brut	18.00	19.00	
Fleur de Smery	13.00	15.00	
Marechal, Comte d'Erlon.	..			
Duc de Montlouis (1)	..	10.00	11.00	
Cuvée Réservee	12.50	13.50	
Carte Noire	14.00	15.00	
Carte D'or	17.00	18.00	19.00
Duc d'Origny (2)	..	13.50	15.00	
Cuvée réservée	13.00	14.00	
Louis Duvau (5)	..	13.00	14.00	
Gratin & Meyer (14)	..	13.00	14.00	
Caisses ou paniers	31.00	33.00	
Heidsieck & Co. (5)	..	31.00	33.00	
Dry Monopole	31.00	33.00	
Lemay & Co. (15)	..	4.00		
Half Pints	8.00		
Pints	12.00		
Quarts			
Edmond Massé & Fils (19)	..	10.00		
Carte Noire	14.00		
Carte Blanche	20.00		
Carte Or			
McEt & Chandon (7)	..	28.00	30.00	
White Seal, 1900	31.00	33.00	
Brut Imperial	37.00		
Brut Impérial, 1898	42.00		
Brut Impérial, cuvée, 1893.	..			
G. H. Mumm & Co. (6)	..	28.00	30.00	
Extra Dry.	28.00	30.00	

Selected Brut.	31.00	33.00
Selected Brut .. 1898.	32.00	34.00
Selected Brut .. 1895.	33.00	40.00
Extra Dry, paniers 1 doz. ½ B.	8.50	
Extra Dry, paniers 2 doz. ½ B.	17.00	
Piper-Heidsieck (2)	qts.	pts.
Sec ..	28.00	30.00 32.00
Brut ..	30.00	32.00 34.00
Cuvée 1900, très sec.	30.00	32.00 34.00
Escompte de commerce 10%.		
Louis Roederer (1)	qts.	pts.
Grand Vin sec ..	28.00	30.00 32.00
Vin Extra sec ..	28.00	30.00 32.00
Brut spécial Cuvée ..	30.00	32.00
Ve Pommery, Fils & Cie (12)	qts.	pts.
Sec, ou Extra Sec.	28.00	30.00
Brut [vin naturel].	30.00	32.00

CLARETS		qts.	pts.
Barton & Guestier (4)	..	5.00	6.00
Floirac	5.25	6.25
Medoc.	5.50	6.50
Margaux.	6.00	7.00
St-Julien.	9.50	10.50
Batailley.	11.00	12.00
Pontet Canet.	20.00	21.00
Château Leoville.	20.00	21.00
Château Larose.	24.00	25.00
Château Margaux.	24.00	25.00
Château Lafitte.	2.50	3.50
Bordeaux Claret Co. (14)	..	2.60	3.60
Côtes	3.00	4.00
Bon Paysan	3.50	4.50
Bon Bourgeois.	4.00	5.00
St-Julien.	5.00	6.00
Montferrand.	6.00	7.00
Château Brûlé	8.00	9.00
St. Estèphe	3.50	4.50
Pontet Canet	4.50	5.50
J. Calvet & Co. (6)	..	5.00	6.00
St-Vincent.	5.50	6.50
Medoc.	5.50	6.50
Floirac.	5.50	6.50
Margaux.	5.50	6.50
Château Lascombe (1)	..	2.25	3.00
Margaux		

Faure Frère (3)	qts.	pts.
Bon Bourgeois ..	3.00	4.00
Côtes ..	3.50	4.50
Bon-Ton ..	4.00	5.00
St-Emilion ..	4.50	5.50
Ch. Dugay.	6.00	7.00
Floirac ..	4.50	5.50
Medoc ..	5.00	6.00
Margaux ..	5.50	6.50
St-Julien ..	6.00	7.00
Pontet Canet ..	9.00	10.00
Château Gruaud Larose ..	12.00	13.00
Côtes. le gallon. .	1.00	
Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Medoc ..	4.00	5.00
St. Emilion ..	5.00	6.00
St. Estèphe ..	6.00	7.00
Paulliac ..	7.00	8.00
St. Julien, Margaux ..	8.00	9.00

L. Gaudin & Cie (1)	qts.	pts.
St-Julien ..	2.50	3.00
St-Estèphe.	3.00	3.50
Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts.	pts.
Ordinaire.	4.00	5.00
Château Chamfleuri.	4.00	5.00
St-Loube.	4.75	5.75
"Club".	5.00	6.00
Medoc.	5.50	6.50
Margaux.	5.75	6.75
St-Julien.	6.00	7.00
St-Estèphe.	7.00	8.00
Château Dauzac.	9.50	10.50
Pontet Canet.	11.00	12.00
Margaux Supérieur.	11.00	12.00

Château Beaucaillou..	15.00	16.00
Château Leoville ..	19.00	20.00
Château Larose ..	19.00	20.00
Château Margaux..	21.00	22.00
Château Lafitte..	22.00	23.00
A. Lalande & Cie. (5)	qts.	pts.
1893 Medoc...	4.40	5.40
1890 Floirac..	4.40	5.40
1889 St-Julien...	4.80	5.80
1893 St-Emilion..	5.20	6.20
1890 St-Estephe..	5.20	6.20
1889 Château Pontet Canet..	6.80	7.80
1889 Château Leoville..	11.00	12.00
1889 Château Lafitte..	14.00	15.00
Léon Pinaud (4)	qts.	pts.
St-Julien ..	2.50	3.50
G. Pradel et Cie. Medoc (2) ..	2.75	3.25
P. Vernet. St-Julien (2) ..	2.75	3.25
Vigneau & Cambours (2)	qts.	pts.
Château Berges ..	3.50	4.00
St-Estephe ..	4.50	5.50
St-Julien ..	5.00	6.00
Pontet Canet ..	7.50	8.50
Château Maucamps ..	10.00	12.00
Mouton Rothschilds ..	17.00	18.00

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co. (14)	La cse
Manhattan, Martini, Tom Gin, Vermouth, Gin, Whiskey, Ame- rican...	9.50
G. F. Heublein Bros. "Club" (5)	
Manhattan, Martini, Whiskey, Vermouth, Old Tom, ou assortis.	12.75
Maison Fournier-Fournier (13)	La cse
Red Line Cocktails ..	8.00

COGNACS

Bisquit, Dubouché & Cie (5)	La cse
★ ..	qt. 9.50
10 years old..	qt. 12.25
Old Liqueur. 20 years old, qt.	16.00
V. V. S. O. P. 55 years old, qt.	45.00
Au gallon..	4.10 à 10.00
J. Borianne (3)	La cse
X X X ..	7.50
Au gallon..	3.75 @ 4.75
Jos. Brémon & Co. (14)	La cse
★★★ ..	quarts 5.50
★★★ ..	flasks 6.50
★★★ ..	½ flasks 7.50
Boulestin & Cie (1)	1 cse 5 cses
★★★ ..	qts. 10.50 10.25
★ ..	qts. 12.00 11.75
★ Fluted ..	qts. 12.00 11.75
★ ..	pts. 13.00 12.75
★ ..	24 flasks 13.00 12.75
★★★ ..	qts. 15.00 14.75
V. S. O. P. ..	qts. 20.00 19.50
V. V. S. O. P. ..	qts. 28.00 27.50
1846 ..	qts. 45.00
Boutelleau, Fils (14)	La cse
V. S. O. P. 1858 ..	qt. 18.00
Doctor's Special..	qt. 11.00
V. O. 1875 ..	qt. 13.50
V. V. S. O. P. 1820 ..	qt. 30.00
Carlat & Co. (14)	La cse
Quarts ..	6.50
Pints ..	7.50
Jules Coadon & Co. (6)	La cse
12 quarts..	8.00
24 flasks ..	9.00
Au gallon ..	3.90 @ 4.50
Cognac Distillers Association (14)	La cse
★★★ ..	vieux.. 9.00
V. O.	12 ans.. 12.00
V. S. O. P.	20 ans.. 15.00
X. X. O.	1858.. 23.00
3 grapes ..	vieux 3.75 à 4.00
V. O.	3.95 à 4.15

Comandon & Co. (6)	La cse
Special ..	9.50
Reserve extra ..	10.50
Reserve 1878 ..	12.50
★ et X. O.	15.00
V. S. O. P.	16.50
Au gallon ..	4.50 7.50
Chs Couturier & Cie (2)	La cse
★★★ ..	7.50
Aussi pts, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks, et 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Quarts, Casks, etc. ..	3.80 à 4.00
D'Angely (3)	La cse
XXX....	6.50
Dervos & Cie (1)	1 se 5 cses
Quarts..	8.00 7.75
Pints....	9.00 8.75
24 flasks n. c.	9.00 8.75
Gaston Dugas & Cie (19)	La cse
Etiquette Blanche ..	8.50
Etiquette Bleu ..	9.00
Naturel ..	10.00
20 ans ..	13.00
Gaston Dugas & Cie (19)	1e Gal.
1 grappe ..	3.65
2 grappes ..	3.75
3 grappes ..	3.85
M. Durand & Cie (1)	La cse
★★★ ..	Qts. 5.50
★★★ ..	Pts. 6.50
★★★ ..	¼ B. 7.90
16 flasks ..	1.50
24 flasks n. c.	6.00
32 flasks ..	6.75
48 1-2 flasks n. c.	7.00
Evariste Dupont & Cie (13)	1 cse 5 cses
Cognac Spécial ..	15.00 14.00
Alexis Fournier (13)	1 cse 5 cses
Cognac ★ ..	8.00 7.50
Cognac ★★ ..	9.00 8.50
Cognac ★★★ ..	10.00 9.50
Cognac (Proof) 3 ans ..	4.00
Cognac (Proof) 4 ans ..	4.50
Cognac (Proof) 8 ans ..	6.50
Cognac (Proof) 10 ans ..	7.90
Lucien Foucauld & Cie (10)	La cse
1 Etoile, 12 Bout.	9.50
3 Etoiles. 12 Bout.	12.50
"Crown Liqueur" ..	14.00
V. O., 15 ans d'âge ..	16.50
Medico Tonic ..	18.00
V. S. O., 20 ans d'âge ..	20.00
V. S. O. P., 25 ans d'âge ..	24.00
V. V. S. O. P., 30 ans d'âge ..	28.00
1847 ..	45.00
P. Frapin & Cie (3)	La cse
★ ..	qt. 9.50
Medical..	qt. 10.50
20 years old.	qt. 13.00
25 years old.	qt. 16.00
30 years old.	qt. 19.00
Au gallon..	4.00 @ 7.00
Fromy & Rogee (6)	La cse
Medical Reserve ..	10.00
Medical Reserve V. O.	12.50
Gonzalez, Staub & Cie (1)	La cse
Quarts ..	9.00
Pints ..	10.00
24 Flasks ..	10.00
48 Flasks ..	10.00
1 Etoile ..	Qts. 11.50
3 Etoiles ..	Qts. 14.00
V. S. O.	Qts. 16.50
V. S. O. P.	Qts. 18.25
Jas. Hennessy & Co. (9)	qts. pts.
★ ..	13.00 14.00
★★★ ..	16.00
V. O.	17.25
S. O.	25.00
X. O.	35.00
X. S. O.	45.00
Extra....	60.00

Jimenez & Lamothe (14)	La cse
★★★ ..	qt. 11.00
V. S. O. P.	qt. 15.00
1890 Muscatel ..	qt. 16.00
1865 Liqueur ..	qt. 18.00
Au gallon..	4.25 à 4.50
G. Lafon & Cie (13)	1 se 5 cses
Cognac ..	8.50 8.00
Cognac ★ ..	9.00 8.50
Cognac ★★ ..	10.00 9.50
Cognac ★★★ ..	12.00 11.50
Cognac 15 ans ..	18.00 17.00
Cognac No 1, 24 Flasks ..	7.50 7.00
Cognac No 1, 32 Flasks ..	8.00 7.50
Cognac No 1, 48 Flasks ..	8.50 8.00
Cognac (Proof) 3 ans ..	3.50
Cognac (Proof) 4 ans ..	4.00
Cognac (Proof) 8 ans ..	6.00
Cognac (Proof) 10 ans ..	6.50
Lagrange & Co. (14)	La cse
V. O.	qts. 7.00
V. O.	flasks 8.00
V. O.	½ flasks 9.00
F. Marion & Cie (2)	La cse
★★★ ..	Qts. 6.00
Aussi pints, 1-2 pts, Imp. Flasks, Flasks, 1-2 Flasks à avance ordinaire.	
Quarts, Casks, etc. ..	3.40 à 3.75
Martell & Co. (4)	La cse
Une Etoile..	qt. 12.75
3 Etoiles..	qt. 16.00
V. O.	qt. 17.25
V. S. O. P.	qt. 18.75
V. V. S. O. P.	qt. 38.00
Jacques Nicot & Cie (10)	La cse
1 Etoile. 12 Bout.	9.00
2 Etoiles. 12 Bout.	10.00
3 Etoiles. 12 Bout.	11.50
V. O. 12 Bout.	12.00
V. S. O. 12 Bout.	13.00
V. S. O. P. 12 Bout.	14.00
Reserve 1870. 12 Bout.	16.00
Reserve 1865. 12 Bout.	17.00
Reserve 1858. 12 Bout.	18.00
Pour ordres d'importations d'au moins 30 caisses, s'adresser aux agents.	
Otard, Dupuy & Cie (15)	La cse
Spécial..	qts. 9.50
Une étoile..	qts. 12.00
Deux étoiles..	qts. 14.00
Trois étoiles..	qts. 16.00
V. S. O. P.	qts. 17.50
Au gallon depuis ..	5.00
Parville et Cie (2)	La cse
★★★ ..	12s. qts. 5.00
★★★ Flasks ..	6.00
★★★ 1-2 Flasks ..	7.00
V. Pinot & Cie (1)	La cse
★★★ ..	qts. 6.25
★★★ ..	pts. 7.25
★★★ ..	¼ bottl. 7.75
V. O.	qts. 7.25
V. O.	pts. 8.25
16 flasks ..	7.25
24 flasks n. c.	7.25
32 flasks ..	7.50
48 1-2 flasks n. c.	7.75
C. Pluchon & Cie (1)	1 cse 5 cses
Quarts ..	7.25 7.00
E. Puet (3)	La cse
★ ..	qts. 9.50
Au gallon..	4.00 @ 7.00
Quantin & Co. (6)	La cse
★★★ ..	qts. 9.50
Au gallon ..	4.25 @ 5.50
Régner & Cie (14)	La cse
★★★ ..	qts. 5.50
★★★ ..	Flasks 6.50
★★★ ..	½ Flasks 7.50
J. Rémy (3)	La cse
Quarts....	6.50
Flasks ..	7.50
1-2 flasks ..	8.50

Renault & Cie (12)	La cse
★	qts..... 10.00
V. O.	qts..... 12.00
3 étoiles S. V. O.	qts..... 15.00
V. S. O. P.	qts..... 21.00
Club.	qts..... 18.00
50 Years Old.	qts..... 40.00
Au gallon.	4.00 @ 10.00
P. H. Richard (2)	La cse
S. O.	qts..... 22.50
20 ans flutes	qts..... 17.50
V. S. O. P.	qts..... 12.25
V. S. O. P.	pts..... 13.25
V. S. O. P.	1-2 pts..... 14.25
V. S. O.	qts..... 10.50
V. O.	qts..... 9.00
V. O.	pts..... 10.00
V. O.	1-2 pts..... 11.00
V. O.	Flasks..... 10.90
Pts, flasks, 1-2 flasks à avance ordinaire.	

Au gall.

Richard	3.40 à 6.00
John Robertson & Sons, Ltd. (7)	La cse
Denis Mounie et Cie	11.50
Clouet & Co.	10.50
Jules Robin & Cie. (4)	La cse
Quarts.....	9.50
24 Flasks.....	10.00
Sazerac de Forge & Fils (9)	La cse
Quarts.....	9.50
Flasks.....	10.25
Au gallon.....	4.25

EAUX

Apenta Hungarian, Aparient (5)	La cse
25 Quarts	6.25
50 Pints	9.50
Sparkling Splits	5.50
Apollinaris (5)	La cse
50 Quarts.....	7.50
100 Pints.....	10.50
100 Splits.....	8.50
S. Birch & Co. (14)	La cse
Ginger Ale	Bombays 1.35
Ginger Ale	Splits 0.90
Soda	Bombays 1.25
Soda	Splits 0.90
Cantrell & Cochrane (4)	La doz
Belfast Ginger Ale.....	1.40
Club Soda	1.40
Seltzer.....	1.40
Potass Water.....	1.40

Gal.

Dry Imperial Ginger Ale	1.50
Hiawatha (2)	La cse
Naturelle, 1-2 gals.	12s 4.75
Naturelle, 1-4 gals.	50s 7.50
Gazeuse	qts. 50s 7.50
Gazeuse	pts. 100s 10.50
Gazeuse	splits 100s 8.50

Libertyville Crystal Spring (1)	La cse
Quarts, 50 Bout.	6.00
Pints, 100 Bout.	8.00
Splits, 100 Bout.	7.00

Schweppe's, de Londres (12)	La doz.
Soda Water Co. Cylindres, pour 2..	1.35
Soda Water, Bombays... pour 3..	1.50
Soda Water, Splits... pour 1..	1.10
Dry Ginger Ale.....	1.35
Seltzer.....	1.40
Potass Water.....	1.40
St-Galmier (3)	La cse
Source Badoit.....	6.00

Vichy (2)	La cse
La Capitale, 50 B.	7.50
La Sanitas, 50 B.	8.00
La Sanitas, 100 B., pts.	9.50
La Sanitas, 100 B. splits	7.50

Vichy (3)	La cse
Célestins, Grande Grille, Hôpital, Hauterive.....	10.00

Vichy St-Yorre (14)	La cse
Source St-George.....	8.00
Bassin de Vichy (1)	La cse
Source St-Louis	8.00

EXTRAITS DE VIANDE

Boeuf Fluide (2)	La cse
Vita Fluid Beef, 1 oz., cse 2 doz.	3.20
Vita Fluid Beef, 2 oz., cse 1 doz.	3.00
Vita Fluid Beef, 4 oz., cse 1 doz.	4.50
Vita Fluid Beef, 20 oz., cse ½ doz.	4.75
Vita Fluid Beef, 20 oz., cse 1 doz.	9.00

GINS

Van Baarle & Zoon (7)	La cse
Drawbridge	6.00
Blankenheym & Nolet (14)	La cse
Marque 'Clef', C'ses Rouges ..	10.50
Marque 'Clef', C'ses Vertes ..	5.00
Marque 'Clef', C'ses Violettes ..	5.00
En cruchons	10.00
Au gallon	de 3.00 à 3.25
John de Kuyper & Son (4)	La cse
Caisses Rouges	15s..... 11.75
Caisses Vertes.....	12s..... 6.25
Caisses Violettes.....	24c..... 5.50
Au gallon	3.15 à 3.30

P. Hoppe, "Night Cap" (1)	La cse
Rouges.....	10.65
Jaunes.....	11.00
Vertes	5.25
Bleues.....	6.00
Violettes.....	2.50
Au gallon	3.05 3.25

P. Hoppe, "Imperial" (1)	La cse
Rouges.....	10.50
Vertes	5.00
Violettes.....	2.45
Melchers, de Berthierville (3)	La cse
Croix Rouge. Caisses Rouges.....	11.25
Croix Rouge. Caisses Vertes.....	5.85
Croix Rouge. Caisses Violettes.....	5.00

J. J. Melchers (3)	La cse
Honey Suckle, Cruch verre ..	9.00
Honey Suckle, Cruch pierre ..	9.00
Netherland's Steam Disty. Co. (1)	La cse

Kiderlen's "Croix d'honneur".

Caisses Rouges.....	11.00
Caisses Vertes.....	5.25
Caisses Violettes.....	4.90
Cruchons verre—12s 3 gals.	11.75
Cruchons verre—24s 3 gals.	12.75
Cruchons verre—12s 5 gals.	17.50

A. C. A. Nolet, Schiedam (5)	La cse
Caisses Rouges.....	10.75
Caisses Vertes.....	5.75
"The Real" Dry Gin	7.10

Old John (2)	La cse
Caisses Rouges	15s 9.75
Caisses Vertes	12s 5.25
Caisses Pony	24s 4.50
Pollen & Zoon (2)	La cse
Cruchons, Verre, 1-8 g.	24s 11.00
Cruchons, Verre, 1-4 g.	12s 9.50
Cruchons, Verre, 1-2 g.	12s 16.00

HOCKS

Frederick Krote (14)	qts. pts.
Sparkling White	16.00 17.00
Sparkling Red	18.00 19.00

LAGERS

F. Jacobs & Co. (2)	qts. pts.
Pilsner German	2.50 1.60
John Jeffrey & Co. (7)	qts. pts.
Castle Brand	1.65
Miller Brewing Co. (2)	Le Brl.
Marque "High Life", 10 doz.	12.50
Marque "Buffet", 10 doz.	12.00
Malt Extract, 8 doz.	15.60

LIQUEURS FRANCAISES

Bénédictine (12)	qts. pts.
12 litres.....	20.00 21.00
Blankenheym & Nolet (14)	qts. pts.
Anisette	12.00
Curacao	11.00
Kirsch, forêt noire	12.00
Liqueur Hannapier	18.00 19.00
Petite Chartreuse Jaune	18.00 19.00
Elixir de Spa	15.00 16.00

Briand & Jaquet (1)	La cse
Cherry Whiskey	7.50
Blackberry Brandy	7.50
Apricot Brandy	10.00
Peach Brandy	10.00
Strawberry Brandy	10.00
Sirop de Gomme	7.00
Kummel	9.90
Anisette	9.00
Cherry Brandy	7.50
Crème de Menthe Verte	9.00
Crème de Menthe Blanche ..	9.00
Crème de Cassis	9.00
Curacao Orange	9.00
Sirop de Grenadine	7.00
Maraschino	9.00

Marie Brizard & Roger (12)	La cse
Anisette.....	13.50
Curacao, Orange ou Blanc.....	12.50
Marasquin.....	13.00
Kummel, Superfin.	12.00
Kummel Crystallisé.....	12.50
Green Peppermint.....	13.00
Crème de Menthe, Blanche.....	13.00
Cherry Cordial	12.50
Cherry Brandy	12.50
Blackberry Brandy	12.50
Kirsch.....	11.00
Bitter Triple.....	12.00
Liqueurs assorties.....	13.00
Crème de Menthe Verte.....	13.00
Crème de Moka.....	13.00
Crème de Cassis	13.00
Crème de Noyau	13.00
Eau-de-vie de Dantzick.....	13.00
Orange Bitters.....	9.50
Punch au Kirsh.....	11.00
Peach Brandy	16.00

Chartreuse St-Denis (2)	qts. pts.
Verte	10.50 11.50
Jaune	10.50 11.50

Delizy & Dolstan (3)	qts. pts.
Curacao	12.00
Marasquin	12.00
Kummel	12.00
Liqueur jaune	15.00 16.00
Liqueur verte	16.00 17.00

Alex Droz & Cie (12)	qts. pts.
Crème Cacao-Chouva.....	16.00 17.00
Nelson Dupoy (14)	qts. pts.
Maraschino.....	13.00
Grenadine.....	8.50

Frémey Fils (12)	qts. pts.
Cherry Whiskey, [Chesky]	16.00 17.00
Orange Whiskey.....	14.00

P. Garnier, Enghien (2)	qts. pts.
Liqueurs d'Or	19.00 20.00
Marasquin	11.00 13.50
Bldah. Liq. de Mandarine	19.00
Crème de Menthe verte	12.50
Crème de Menthe blanche.....	12.50
Abricotine	19.00
Pousse Café	12.50
Monastine	20.00 22.00
Curacao Rouge Sec	12.50
Curacao blanc très sec.....	15.00
Fine Orange Crucheons	25.00 30.00
Fine Anis Crucheons	25.00 30.00
Liqueurs Assorties, cse 48	
¾ bouteilles	21.00

Peter Heering (15)	La cse
Cherry Brandy	13.00

Jules Lamothe (14)	qts. pts.
Cherry Whiskey	9.00

F. Lemonde & Cie (13)	1 cse 5 csces
Blackberry Brandy	7.35 7.00
Cherry Brandy	7.35 7.00
Cherry Whiskey	7.35 7.00
Crème de Menthe A.	8.00 7.50
Crème de Menthe A. A.	7.00 6.50
Crème de Citron	5.00 4.50
Grenadine (Litre)	6.50 6.25
Grenadine (Bout. Fantaisie) ..	6.00 5.75
Grenadine (Bout. Sauternes) ..	5.25 5.00
Crème de Cacao	10.00 9.50

Crème de Vanille	10.00	9.50
Crème de Noyau	10.00	9.50
Fine Prunelle A.	12.00	11.50
Fine Prunelle A. A.	10.00	9.50
Anisette	10.00	9.50
Liqueur Cathédrale (Char-		
treuse)	10.00	9.50
Curaçao (Cruchon 1 litre)	11.00	10.50
Curaçao (Cruchon 1 litre)	12.00	11.50
Curaçao (Bout. Qrt.)	8.50	8.00
Crème de Cassis	10.00	9.50
Pas pour rire	10.00	9.50
N'importe quoi, fantaisie	9.00	8.50
N'importe quoi	8.50	8.00
Levert & Schudel (14)	qts.	pts.
Marque "Pélican"		
Anisette	12.00	
Crème de Menthe	12.00	
Curaçao	12.00	
Kummel	12.50	
Maraschino	13.00	
Melrose Drover Ltd (3)	Lac se	
Cherry Whiskey	11.00	
Frédéric Mugnier (3)	qts.	pts.
Crème de Menthe Verte	11.00	
Cherry Brandy	11.00	
Cacao l'Hara à la Vanille	12.50	
Kirsch * * *	11.00	
Prunelle de Bourgogne	12.50	
Crème de Framboises	12.25	
Fine Bourgogne, 12 ltr.	20.00	
Crème de Cassis	11.00	
Fine Bernard	15.00	
Grenadine	8.50	
Anisette	11.00	
Kumel	12.00	
J. Sorin & Co. (14)	qts.	pts.
Cherry Whiskey	15.00	
P. Thorne & Sons (14)	qts.	pts.
Apricot Brandy	24.00	
Tournel & Fleury (2)	qts.	pts.
Anisette	8.00	
Cherry Brandy	8.00	
Cherry Whiskey	8.00	
Crème de Menthe	8.00	
Crème de Cacao	8.00	
Crème de Cassis	8.00	
Curaçao	8.00	
Kirsch	8.00	
Kummel	8.00	
Sirop Grenadine	6.00	
Gabriel Viard, Troyes (10)	12	24/2
Chartreusette jaune	22.00	24.00
Chartreusette verte	24.00	26.00
Pur Abricot [the genuine]	28.00	30.00
Marasquin, bout. d'origine	22.00	24.00
Viardictine de l'Abbaye St.		
Urbain	20.00	22.00
Curaçao, triple sec	20.00	22.00
Peppermint [Menthe verte]	20.00	22.00
Cassis Imperator	20.00	22.00
Crème de Cacao, Scho		
à la vanille	20.00	22.00
Crème de Moka	20.00	22.00
Anisette Extra fine, Cru-		
chons ou flacons	20.00	22.00
Curaçao quadruple sec	22.00	24.00
Pour ordres d'importation, 25 caisses		
minimum, s'adresser aux agents.		
Wilson (14)	qts.	pts.
Blackberry Brandy	9.00	
Hungarian Blackberry Brandy	7.00	
Wallace Cherry Brandy	9.00	
MADERE		
Blandy Bros. (2)	qts.	pts.
Very Superior	8.50	9.50
Special Selected	10.50	11.50
London Particular	13.00	
Cossart, Gordon & Co. (5)		
Au gallon	2.50 à 9.00	
Rutherford & Browne (15)		
Au gallon	de 2.50 @ 10.00	
MALAGA		
Blandy Bros. (2)	Lac se	
Etiquette Bleu — pâle-doux	7.50	
Etiquette Blanc — pâle	10.00	

MOSELLE

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Brauenberger	9.00	10.00
Piesporter	10.00	11.00
Berncasteler Doctor	15.00	16.00
Crown Sparkling	18.50	20.00
Nonpareil Sparkling	24.50	26.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Zeltinger	9.00	10.00
Brauenberg	12.00	13.00
Pisport	13.50	14.50
Scharzberg — 1895	18.00	
Sparkling Moselle	20.00	21.50
Frédéric Krote (14)	qts.	pts.
Sparkling	15.00	16.00
Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Winneger	6.00	7.00
Braunberger	8.50	9.50
Sparkling	17.00	18.00
Hocheimer	17.00	18.00
Cabinet	23.00	25.00
P. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Piesporter	8.50	9.50
Zeltinger	9.00	10.00
Braunberger	15.00	16.00
Berncasteler Doctor	16.50	17.50

OLD TOM & DRY GINS

Boords (9)	Lac se	
Old Tom	7.25	
London Dry	7.25	
Booth (4)	Lac se	
London Dry	8.00	
Old Tom	8.00	
Burnett (15)	Lac se	
London Dry	7.50	
Old Tom	7.50	
Club (3)	Lac se	
Old Tom	6.50	
Old Tom au gallon	3.00	
Cold & Co. (1)	Lac se	
Sloe Gin	Qts. 10.00	
Marque Beaver	Qts. 5.75	
Marque Beaver	Pts. 6.75	
London Dry	Qts. 6.00	
London Dry	Pts. 7.00	
Colonial (3)	Lac se	
London Dry	6.50	
Gordon (12)	Lac se	
London Dry	7.50	
Old Tom	7.50	
Sloe Gin	9.25	
Hill's & Underwood (6)	Lac se	
London Dry	7.50	
Old Tom	7.50	
Imperial Wine Co. (6)	Lac se	
London Dry	6.50	
Old Tom	6.50	
J. & W. Nicholson & Co. (10)	Lac se	
Old Tom	8.25	
London Dry	8.00	
Sloe	12.50	
A. C. A. Nolet (5)	Lac se	
"The Real" Dry Gin	7.10	
G. Pims & Co. (2)	Lac se	
Quarts	7.50	
John Robertson & Son, Ltd. (7)	Lac se	
Old Tom	8.00	
London Dry	8.00	
Sloe	11.00	
Thorne (14)	Lac se	
Old Tom	8.00	
London Dry	8.00	
Au gallon	3.50	
Wilson (14)	Lac se	
Royal Crown Old Tom	6.50	
Au gallon	2.00 @ 3.00	
OPORTO		
Blandy Bros. (2)	Lac se	
Invalid's Special	12.00	
Good Fruity	7.50	
J. W. Burmester (14)	Lac se	
Royal	5.00	
Crusado	6.00	
Rich Douro	9.00	
Fine Old Port Red	11.00	
Toreador	12.00	
Very Fine Old Port White	12.50	

Pinhao	18.00	
Emperor	21.00	
White Port	12.00	
Old Crusted	12.00	
Royal Blue Label	18.00	
Au gall.		
Diamond T.	2.50 à 2.60	
Two Grapes	2.75 à 2.85	
Three Grapes	3.00 à 3.10	
Four Diamonds	3.35 à 3.50	
Four Grapes	3.60 à 3.75	
Three Crowns	4.60 à 4.75	
J. M. Caselles y Tarrats (3)		
Au gallon	1.00 à 1.50	
Cockburn, Smithes & Co. (4)		
Tawny	La cse. 16.00	
Au gallon	2.75 @ 7.00	
Croft & Co. (6)		
Au gallon	2.40 @ 7.50	
A la caisse	7.00 @ 24.00	
De laforce, Sons & Co. (15)	La cse	
Antique	8.00	
Trocadero	9.00	
Royal Palace	16.50	
Au gallon	2.50 à 15.00	
Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse	
Pioneer	13.00	
Commendador	17.00	
Au gallon	\$2.75 à \$ 9.00	
Garcia Hijos (2)	8.50	
Gulmaraens & Co. (6)		
Invalid's Reserve	La cse. 7.50	
Au gallon	2.25 @ 5.50	
Hunt, Roope, Teage & Co. (9)		
Au gallon	2.00 @ 5.50	
Oliva Morez y Ca. (3)	La cse	
Old Tawny	5.50	
MacKenzie & Co. Ltd. (12)		
Au gallon	2.50 @ 10.00	
A. Rizat et Cie (2)	2.50	
Robertson Bros. & Co. (3)	La cse	
Medal Port No 1	16.00	
Medal Port No 2	13.00	
Favorita Oporto	8.00	
Au gallon	1.50 @ 6.50	
Sandeman & Co. (12)	La cse	
Superior Old	12.00	
"Club"	18.00	
"1890"	30.00	
Au gallon	2.50 @ 15.00	
T. G. Sandeman & Sons (5)		
Au gallon	2.75 @ 9.00	
La cse		
Manual Tosta (2)	6.50	
Wiese & Krohn (10)		
Tinto Novo	gallon 1.50	
Caisse 12 qts.	5.50	
Tinto Novo No 1	gallon 2.15	
Ligitimo No 1	gallon 3.00	
Caisse 12 qts.	7.50	
Particulier	gallon 8.50	
Invalid Port	cse 12 qts. 10.00	
T. Ventura & Co. (2)	4.50	
Verdi & Cie (2)	3.50	
E. Yzaguirre (5)	Le Gal.	
Three Grapes	1.50	
PORTER ANGLAIS		
Guinness (3)	qts.	pts.
Read Bros. "Dog Head"	2.60	1.65
Guinness' (14)	qts.	pts.
Monkey Brand	2.50	1.60
Monkey Brand Nips	1.10	
Guinness' (4)	qts.	pts.
E. & J. Burke, bottling	2.60	1.65
Guinness' (2)	qts.	pts.
Daukes' & Co.	2.50	1.55
W. E. Johnson & Co. (13)	qts.	pts.
Marque Compass	2.55	1.65
Machen & Co. (6)		
Marque Pelican	2.50	1.60
Machen & Hudson (5)		
Marque "Beaver"	2.50	1.50
RHUMS		
Boivin, Wilson & Cie (3)	qts.	pts.
Black Joe	8.00	9.00
No 7	7.00	8.00

Marie Brizard & Roger (12)	qts.	pts.
Ste-Croix..	12.00	
P. S. Clément..	11.00	
Jamaïque au gallon..	5.00	
E. & J. Burke (4)	qts.	pts.
Jamaica..	9.50	
Dandicolle & Gaudin (1)	qts.	pts.
Lion ..	9.00	10.00
Sambo ..	7.50	8.25
Tiger ..	8.00	9.50
Tone & Topsey ..	7.50	8.50
P. Evariste Dupont (13)	La cse	
Rum St-Jacques ..	10.00	
Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Kaiopa Habitation ..	10.50	12.50
Vieux Rhum ..	12.00	14.00
Carmenita (Jamaica) ..	13.00	15.00
Edward Hobson Jamaica (13)	1 se 5 cses	
Rum (Red seal) Litre ..	15.00	14.00
H. G. Kewney & Co. (5)	qts.	pts.
Old London Dock—1Etoile ..	7.75	
Old London Dock—3 Etoiles ..	8.75	
Mendoza & Cie (2)...	qts.	5.00
Navy Reserve (6)	qts.	pts.
Jamaica ..	9.00	
John Robertson & Son, Ltd. (7)	La cse	
Jamaica Rum ..	10.50	
J. B. Sherriff & Co. (9)		
Marque "Bell"...	9.00	
Marque "Bell", 36 o. p. au		
gallon..	5.00	
Marque "Blue Star", 36		
o. p. au gallon...	4.75	
St-Jean (2) 12 h.	12.50	
Thorne (14)	qts.	pts.
Marque "Lion" ..	10.00	
Liquid Sunshine ..	9.50	10.50
J. W. Turner & Cie (2)	La cse	
Quarts ..	7.00	
Pints ..	8.00	
½ Pints ..	9.00	

SAUTERNES

Barton & Guestier (4)	qts.	pts.
Haut Sauternes ..	12.50	13.50
Graves ..	6.00	7.00
Barsac ..	8.75	9.75
Château Yquem..	24.00	25.00
J. Calvet & Cie (6)	qts.	pts.
Graves..	5.25	6.25
Sauternes..	5.50	6.50
Haut Sauternes ..	1901..11.50	12.50
J. Dutrénet et Cie	qts.	pts.
Graves ..	4.00	5.00
Sauternes ..	5.00	6.00
Haut Sauternes ..	7.00	8.00
Château Yquem ..	18.00	19.00
Faure Frères (3)	qts.	pts.
Sauterne..	4.00	5.00
Sauterne..	5.00	6.00
Haut Sauterne..	8.00	9.00
Château Barsac..	6.50	7.50
Château Yquem...	15.00	16.00
Galibert & Varon (10)	qts.	pts.
Graves ..	4.00	5.00
Barsac ..	7.00	8.00
Haut Sauternes ..	8.00	9.00
Château Yquem ..	18.00	19.00
L. Gaudin & Cie (1)	qts.	pts.
Ordinaire ..	5.00	6.00
Haut Sauternes ..	8.00	9.00
Nathaniel Johnston & Fils (12)	qts.	pts.
Barsac..	6.00	7.00
Sauternes..	6.00	7.00
Graves..	6.00	7.00
Haut Sauternes..	11.50	12.50
Château Yquem..	20.00	21.00
A. Lalande & Cie (5)	qts.	pts.
1890 Graves..	4.80	5.80
1888 Barsac..	5.20	6.20
Lecompte & Morel (2)	2.75	3.25
Vigneau & Cambours (2)	qts.	pts.
Sauternes ..	3.50	4.50
Graves ..	4.00	5.00
Barsac ..	4.50	5.50
Haut Sauternes ..	5.00	6.00
Château Yquem ..	18.00	19.00
Gustave Vignerone (1)	3.00	4.00

SHERRIES

J. M. Caselais y Tarrats (3)		
Au gallon..	1.00 à 1.50	
Richard Davies (9)		
Au gallon..	1.50 @ 5.00	
Diez Hermanos (2)	La cse	
Cordon Azul ..	13.00	
Cordon Rojo ..	14.00	
Favonto ..	12.50	
Cordon Verde ..	10.00	
Pedro Domacq (5) au gallon	1.25 @ 4.00	
Feuerheerd Bros. & Co. (7)	La cse	
Emperador ..	16.00	
Corona ..	12.00	
D. Goni Feuerheerd (7)	La cse	
Emperador ..	17.00	
Corona ..	13.50	
Au gallon ..	3.00 à 9.00	
Manuel Gamboa Ramirez (6)		
Au gallon ..	1.25 @ 4.50	
A la caisse ..	4.50 @ 12.00	
Jose Gomez (2)	La cse	8.50
Gonzalez & Byass (14)	La cse	
Cristina Dry ..	10.00	
Idolo Seco ..	12.00	
	Au gal	
Pendon ..	2.00	
Claro ..	2.50	
Giralda ..	3.00	
Old Brown ..	3.25	
Fino ..	3.75	
Amontillado ..	4.00	
Vino de Pasto ..	4.00	
Oloroso ..	4.25	
Las Torres ..	4.50	
Victorioso ..	5.50	
Jubilee ..	6.00	
P. Juanito & Co. (2)	La cse	6.50
M. Misa (4) au gallon	1.50 @ 6.00	
Oliva Morez y Ca. (3)	La cse	
Golden Sherry ..	5.50	
Mackenzie & Co. Ltd. (12)		
Au gallon..	1.50 @ 10.00	
Robertson Bros. & Co. (3)	La cse	
Amontillado ..	16.00	
Manzanilla ..	13.00	
Olorozo ..	8.00	
Au gallon..	1.75 @ 7.50	
Sanchez Hermanos (2)	La cse	4.50
Sanderman Buck & Co. (Julian Pémartin)		
(12)	La cse	
Pale Dry ..	12.00	
Montilla Fino, very dry ..	12.00	
"Club" ..	18.00	
Selected Old ..	36.00	
"Jubilee" ..	50.00	
Au gallon..	de 1.50 @ 10.00	
A. R. Valdespino & Co. (6)		
Au gallon ..	de 1.25 @ 6.50	
A la caisse ..	de 5.00 @ 15.00	
Verdi & Cie (2)	3.50	
B. Vergara (9)		
Au gallon..	1.50 @ 4.50	

SPARKLING SAUMUR

Ackerman-Laurance (15)	qts.	pts.
"Dry-Royal"...	15.75	16.75
½ pts. paniers 1 doz ; pa-		
quets de 4 paniers...	18.00	

TARRAGONES

Darichez M. (4) au gallon..	1.00 à 3.00	
VERMOUTH	La cse	
Cazalis & Pratt (2)	La cse	
Soleil ..	6.25	
Dollin & Cie (2)	qts.	pts.
Français ..	11.00	15.00
Chamberizette à la fraise ..	8.00	
Cte Chazalotte & Co. (3)	7.00	
Fli, Ferrero Ricardo (2)	La cse	
Italian ..		
F. Lemonde & Cie (13)	La cse	
Français ..	6.00	
E. Martinazzi & Co. (Italian) (1)	6.50	

Noilly, Prat & Co. (12)	7.00
Freund Ballor & Co. (Italian) (12)	6.75

VIN DE GINGEMBRE

Boivin, Wilson & Cie (3)	La cse	
Quarts ..	4.50	
Au gallon ..	1.20	
Cold & Co. (1)	qts.	4.25
Au gallon ..	0.85 à 1.25	
Maison Fournier-Fournier (13)		
Quarts ..	4.00	
Au gallon ..	0.85 à 1.00	

VIN DU RHIN

Deinhard & Co. (4)	qts.	pts.
Laubenheimer ..	7.00	8.00
Nierstein..	8.50	9.50
Rudesheim ..	15.50	16.50
Liebfraumlisch ..	17.00	18.00
Hockheim..	18.00	19.00
Marcobrunn..	21.50	
Johannesberg..	25.00	
Pinwein [cruchons].	11.00	12.00
Sparkling Hock ..	17.50	19.00
Kock, Lauteren & Co. (12)	qts.	pts.
Laubenheimer..	7.00	8.00
Bodenheim..	7.50	8.50
Nierstein..	8.50	9.50
Steinwein in Boxbeutels...	11.00	
Rudesheim..	15.00	16.00
Liebfraumlisch..	15.00	16.00
Giesenheim..	16.00	17.00
Hocheim..	18.00	19.00
Johannisberg..	21.00	22.00
Claus Johannesberg—1893 ..	30.00	
Sparkling Hock..	18.00	19.50
Frederick Krote (14)	qts.	pts.
Laubenheimer ..	6.00	7.00
Niersteiner...	6.75	7.75
Rudesheimer..	10.00	11.00
Hochheimer..	10.00	11.00
Steinwein..	11.00	12.00
Liebfraumlisch..	14.50	15.50
Johannisberger..	17.00	18.00
Royal Scharzberg..	20.00	21.00
Sparkling Hock, blanc ..	16.00	17.00
Sparkling Hock, rouge ..	18.00	19.00
Johann Schlitz (3)	qts.	pts.
Bodenheimer..	6.00
Hohnheimer..	6.50
Laubenheimer..	7.00
Niersteiner..	8.00
Oppenheimer ..	9.00
Hochheimberg ..	9.50
Johannisberg..	15.00
F. J. Valckenberg, Ltd. (6)	qts.	pts.
Laubenheimer ..	7.50	8.50
Niersteiner ..	9.00	10.00
Rudesheimer ..	12.50	13.50
Liebfraumlisch—1893 ..	18.50	19.50
Johannisberger—1893 ..	25.00	26.00

VINS TONIQUES

Castro (5)	La cse	
1 Seal port..	5.00	
3 Seal port ..	6.00	
Dubonnet (1)	La cse	
Litres ..	10.00	
Red-Heart (15)	9.00	
Vin Mariani (14)	10.00	
Vin St-Martin (13)	7.25	
Vin St-Michel (3)	8.50	
Wilson's Invalid's Port (14)	8.00	

WHISKEYS AMERICAINS

Cook & Bernheimer (14)	La cse	
Bourbon Gold Lion ..	10.00	
Old Valley ..	qts. 11.50	
Old Valley ..	1-2 flasks 16.00	

WHISKEYS CANADIENS

Owl Brand Rye (1)	La cse	
Screw top, 16 flasks ..	6.25	
Screw top, 24 flasks ..	6.50	
Screw top, 48 flasks ..	7.50	
Glass stop, 24 flasks ..	6.75	
Glass stop, 48 flasks ..	7.75	
Perfection Brand Rye (1)	La cse	
Amber ..	12 qts. 5.25	
Glass stop, 32 flasks. Amber ..	6.00	

Rock & Rye 12 qts. 7.90	Flasks 9.90	Reputed quarts 5.50
Rock & Rye 24 flks 8.00	1-2 Flasks 10.00	24 Flasks 6.50
Parker's (9) High Wines 50 o. p. gal.	32 Flasks 9.00	48 Flasks 7.50
En quarts..... 3.90	Bruce, Wallace & Co. (14) La cse	Mitchell Bros. (2) La cse
En 1-2 quarts..... 3.95	Five Crowns.	Mullmore 12 Btles qts.. 6.00
Quantités moindres..... 4.00	Imperial quarts 10.50	Mullmore 24s pts. 7.50
Jos. E. Seagram (16) La cse	Reputed quarts 7.00	Mullmore 48s ½ flks. 9.00
"Star" Rye qts.	24 Flasks 8.00	Mullmore 12 Imp. Oval qts. . . 10.00
"Star" Rye Flasks, 32s.	48 Flasks 9.00	Mullmore 24 Imp. Oval pts. . . 10.50
"Star" Rye Flasks, 64s.	48 Flasks (10 oz.) 14.00	Glen Ogle 12 Btles rdes .. qts.. 8.00
White Wheat qts.	Burns, Leslie & Co. (14) La cse	Heather Dew 12 Btles. rdes qts.. 8.00
White Wheat Flasks, 32s.	Gleneil. qts.. 6.00	Heather Dew pts. 8.00
No. "83" Rye qts.	Loch Carron (14) La cse	Heather Dew 12 Imp. Flks. qts. 11.25
No. "83" Rye Flasks, 16s.	Imperial quarts 10.00	Heather Dew 10 oz. Flks. . . . 12.00
Hiram Walker & Sons (5) (8) La cse	Reputed quarts 6.50	Special Reserve 12 Btles. rdes.. 9.00
Canadian Club, 5 years old, qts..10.00	24 Flasks 7.50	Special Reserve Pts. 24s .. . 10.00
Canadian Club .. . Flasks, 16s. 10.50	48 Flasks 8.50	Special Reserve Imp. Flks. 24s 11.75
Canadian Club .. . z Flasks, 32s. 11.00	Robt. Dale & Co. (2) La cse	Finest Old Scotch 12 Btles. rds.. 12.50
Imperial qts. 7.75	Quarts 12s 5.00	Grey Beard Stone Jars... 4s 13.00
Imperial Flasks 16s. 8.25	Peter Dawson (3) La cse	Grey Beard Stone Jars... 6s 10.00
Imperial.. . . . ½ Flasks 32s. 8.50	Perfection... .. . 9.75	E. S. L. Decanters 9.50
au gal.	Special.. . . . 10.50	E. S. L. qts. 9.50
Canadian Club—5 years old 4.00	Extra Special.. . . . 9.50	White Star Liqueur qts. 10.50
Imperial 3.05	Liqueur.. . . . 12.25	Au gal.
Rye, 25 U. P. 2.30	Old Curio, 20 years old 15.00	Old Scotch Proof.. . . . 3.50
Malt, 25 U. P. 2.30	Au gallon.. . . . 4.00 @ 7.00	Heather Dew 3.45 à 4.00
Wilson (14) La cse	John Dewar & Sons, Ltd. (15) La cse	Sepcial Res. Scotch Proof 4.00
Empire Rye... .. . qts.. 8.00	Dominion Blend.. . . . qts. 8.75	Special Res. 3.50 à 4.50
Empire Rye... .. . flasks.. 9.00	"Special". qts. 9.25	Extra Spec. Liqueur 4.75 à 5.00
Empire Rye... .. . ½ flasks.. 10.00	Blue Label.. . . . qts.. 9.75	Wallace Moir (3) La cse
Empire Rye 32 flasks 8.00	Special Liqueur [W. Label] qts.. 12.50	Imperial Quarts. 12.00
Liquid Sunshine qts. 6.00	Extra Special Liqueur... . qts.. 16.50	Alex. McArthur & Co. (3) La cse
Liquid Sunshine Flasks 7.00	5 cses d'une sorte ou assorties, 25c la	Quarts 7.50
Liquid Sunshine 1-2 Flasks 8.00	cse en moins.	Flasks 8.50
Liquid Sunshine 32 Flasks 7.00	Alex. Ferguson & Co. (10) La cse	Imp. Quarts 11.00
Etoffe du Pays qts.. 5.00	Fine et vieille liqueur 20 ans d'âge 15.00	James McNeil (1) La cse
Moonlight... .. . qts.. 6.00	Club Liqueur 13.50	Imperial Oval qts. 8.25
Moonlight. Flasks 16s.. 6.50	P. & O. Special Liqueur, 10 ans 10.00	Quarts 6.25
Moonlight. Flasks 32s.. 7.00	K. T. 9.50	Pints.. . . . 7.00
Moonlight. Flasks 36s.. 7.25	Gleneil (14) La cse	24 flasks, Screw top. 7.00
Moonlight. Flasks 64s.. 8.00	Imperial quarts 9.50	32 flasks, Screw top. 7.50
J. P. Wiser & Sons, Ltd. (17)	Reputed quarts 6.00	48½ flasks, Screw top 8.00
Recreation La cse	24 Flasks 7.90	5 cses à la fois, 25c. en moins.
12 Bout. Rondes.. . . . qts. 5.00	48 Flasks 8.00	Ian McPherson (6) le gal
12 Flks. Imp. qts. 7.00	Greenless Bros. (14) La cse	Craigduh... .. . 10 O. P.... 4.00
16 Flks. Imp. pts. 5.50	King Edward VII... Ext. Sp. qts.. 9.50	Dhuloch 9 O. P.... 4.10
32 Flks. Imp. ½ qts. 6.00	King Edward VII... Sp. Liq. qts.. 12.00	Special Blend. 8 O. P.... 4.25
36 Flks. Travellers 6.00	Dunblain pure grain 8.75	Special Blend.. . . . 15 U. P.... 3.75
Canada Whiskey La cse	Dunblain pure malt 8.75	Geo. Philipps & Co. (13) 1 cse 5 cses
12 Bout. Rondes qts. 7.00	Real Antique pure Highland .. 16.00	Scotch (Maid. O'mist.) . . . 9.50 9.00
20 Flks. Imp. pts. 8.50	King Edward VII 4.75 à 5.00	J. P. McGillavray, Sons & Co. (13)
32 Flks. Imp. ½ pts. 8.00	V. O. Extra Sp. 4.00 à 4.50	1 cse 5 cses
60 Flks. Imp. ½ pts. 8.00	Haig & Haig (14) La cse	Scotch (Happy Moments) . . 9.75 9.25
Red Letter La cse	★★★★ 9.50	John Robertson & Son, Ltd. (7) Legal.
12 Bout. Rondes qts. 8.00	★★★★★ 13.00	Droits payés
Whiskey Clair La cse	Pinched Bottles Wired 16.00	No 1—Fine Old 3.68
12 Bout. Rondes qts. 5.00	Au gallon 4.25 à 4.50	No 2—"Special" 3.96
WHISKEY ECOSSAIS	Wm. Hay, Fairman & Co. (5) La cse	No 3—Old Highland 4.28
Alexander & Macdonald. La cse	Hay's finest.. . . . Sq. qts. 7.75	No 4—Old Dundee 4.71
Sandy Macdonald, 10 years old .. 9.50	Hay's old Rd qts. 6.75	No 5—Old Private John 5.16
James Ainslie & Co. (1) 1 cse 5 cses	Hay's old... .. . 24 flasks 7.50	No 6—Liqueur 5.96
Ainslie Liqueur 13.00	Hay's old 32 sq. flasks 7.50	No 8—Dundee Finest 6.50
Ainslie Special Liqueur 16.00	Hay's old Imp. qts. flasks 10.00	La cse.
Ainslie All Malt Liqueur 15.00	D. Hellbron (14) La cse	Private Stock John Robertson 12.50
O'Gillvie, quarts. 7.00 6.75	Hillburn Blend.. . . . qts.. 8.00	J R. D. "Star" 10.00
O'Gillvie, 24 flasks.. . . . 7.75 7.50	Hilburn Blend Imp. qts.. 11.00	Duncan McIntosh 8.25
O'Gillvie, Imperial quarts... 9.50	Hilburn Blend Imp. pts. 12.00	Robertson, Sanderson & Co. (6)
Ainslie, Yellow label.. . . . 9.00	King's Liqueur, 10 years qts.. 10.00	"Glenleith" [8 years old]. la cse. 9.00
Ainslie, Ord. flasks. 10.25	King's Liqueur, 20 years .. . 13.00	"Glenleith" 5 O. P. le gal. 4.75
Ainslie, Imperial quarts .. . 13.50	Au gallon 4.00 à 4.25	"Glenleith" 15 U. P. le gal. 4.00
Ainslie, White label 9.75	John Hopkins & Co. (5) La cse	'Grand Spécial 9.00
Ainslie, Special.. . . . 10.50	"Old Mull" Blend... .. . 9.50	"Mountain Dew," full flavor. cse. 9.50
Ainslie, Extra Special. . . . 12.50	"Navy Liqueur" V. O. S... .. 12.00	la cse
Ainslie, Clynelish [Smoky]. 13.00	House of Lords (14) 12.50	"Mountain Dew," cruchons terre.
Big Ben (1) 1 se 5 cses	Melrose, Drover & Co. (3) Legal.	8 Imp. qts. 12.00
Quarts [10 years old] 11.00 10.75	1 étoile. 4.00	"Mountain Dew," cruchons terre,
Bulloch, Lade & Co. (4) La cse	2 étoiles... .. . 4.25	12 Imp. qts. 13.00
Loch Katrine.. . . . qts.. 7.50	3 étoiles... .. . 4.50	"Mountain Dew," 4 O. P. le gal. 4.75
Loch Katrine 32 Flasks.. 9.50	4 étoiles... .. . 4.75	Special Liqueur 12.50
Loch Katrine. Imp. Qt. Flasks.. 11.00	5 étoiles 5.00	Old Private Stock, [20 years old]. 17.50
Special White Label.. . . . 9.50	A. Macmurdo & Co. (14) La cse	J. B. Sherriff & Co. (9) La cse
Extra Special Gold Label.. . . 11.00	Imperial quarts 8.50	Old Islay... .. . 10.00
Brae Mar Special (14) La cse		V. O. Islay... .. . 10.25
Quarts 8.00		Islay, 10 o. p. au gallon.. . . 4.25

Islay V. O. preuve, au gallon..	6.25
Stuart, Campbell & Co. (3)	Lacse
Quarts..	6.50
Flasks ..	7.50
1/2 Flasks.....	8.50
Imperial Quarts..	9.50
Tammany (14) ..	qts. 8.75
R. Thorne & Sons	Lacse
Scotch Arms ..	10.00
Antique Liqueur, 20 years ..	12.00
Au gallon ..	4.50
John Walker & Sons (12)	Lacse
Kilmarnock... ..	10.00
Wilsons' (14)	Lacse
V. V. O. Quarts ..	8.00
V. V. O. Flasks ..	9.00
V. V. O. 1-2 Flasks ..	10.00

WHISKEY IRLANDAIS

E. & J. Burke (4)	Lacse
Quarts..	8.50
Imperial Quart flasks ..	12.00
Wm. Hay, Fairman & Co. (5)	Lacse
Hay's Old ..	Rd qts. 6.75
Hay's Old..	24 flasks. 7.50
Hay's Old ..	32 flasks. 7.50
Hay's Old ..	Imp. qt. flasks. 10.00
D. Hellbron & Sons (14)	Lacse
Old Irish ..	Imp. quarts 11.00
Innishannon (14)	Lacse
Quarts ..	6.50

Flasks .?.	7.50
1-2 Flasks ..	8.50
John Jameson & Son (5)	Lacse
1 étoile ..	9.50
3 etolles.	11.25
William Jameson (12)	Lacse
1 harpe... ..	9.75
3 harpes... ..	10.75
McConnell's (1)	Lacse
★ ..	Qts. 9.00
★★★ ..	Qts. 10.75
Special Liqueurs ..	Qts. 12.50
Mitchell Bros. Ltd. (2)	Lacse
Old Irish Imp. Oval Flsks, qts.	11.00
Old Irish 12 Btles. rdes ..	Qts. 6.50
Old Irish Pts. 24s ..	8.00
Old Irish Flasks 10 oz. ..	12.00
Spec. Old Irish Imp. Pts. Flks.	11.75
Cruiskeen Lawn Stone Jars ..	4s 13.00
Cruiskeen Lawn Stone Jars ..	6s 10.00
Cruiskeen Lawn, Imp. Qts. Flsks	12.50
	Au gal.
Old Irish ..	3.65 à 4.00
Special Irish ..	4.75 à 5.00
Wm. O'Boone & Sons (1)	Lacse
12 Imperial Oval Quarts ..	9.00
12 Ordinary Quarts ..	6.50
24 Pints ..	7.50
24 Flasks, stoppers ..	7.50
48 1-2 Flasks, stoppers ..	8.50

O'Brien (14)	Lacse
Imperial quarts ..	10.50
Reputed quarts ..	7.00
Flasks ..	8.00
1-2 Flasks ..	9.00
Old Bushmill (14)	Lacse
★★★.....	12.00
Special Malt... ..	10.50
Au gallon ..	4.50
George Roe & Co. (12)	Lacse
★ ..	9.75
★★★ ..	10.75
Kilkenny (3) ..	6.50
St-Kevin (3) ..	8.00
Kilkenny (3) ..	6.50
Wilsons' (14)	Lacse
3 Horns ..	qts. 6.00
3 Horns ..	Flasks 7.00
3 Horns ..	1-2 Flasks 8.00
Marques Maison Fournier-Fournier, Ltée.	1 cse 5 cses
Rock and Rye ..	7.25 6.75
Mixed Bitters ..	8.00 7.50
Fine Old Port ..	8.00 7.50
Vin de Gingembre ..	4.00 3.75
Vin Canadien ..	2.50 2.00

—Clef à la liste précédente—

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante.

1. L. Chaput, Fils et Cie.	7. John Robertson & Son, Ltd.	14. L. A. Wilson & Co.
2. Laporte, Martin et Cie.	8. Hiram, Walker & Sons.	15. J. M. Douglas & Co.
3. Boivin, Wilson et Cie.	9. Gillespies & Co.	16. Jos. E. Seagram.
4. John Hope & Co.	10. Bernard & Laporte.	17. J. P. Wiser & Sons.
5. W. R. Wonham & Sons.	12. Law, Young & Co.	18. Lalonde & Desroches.
6. S. B. Townsend & Co.	13. Maison Fournier-Fournier, Ltée.	

LE COMMIS-VOYAGEUR

Le commis-voyageur qui veut conserver sa clientèle doit se rendre indispensable à ses clients. Il n'y a jamais eu une époque comme l'époque actuelle où une telle demande ait eu lieu pour des vendeurs intelligents, bien au courant de leur affaire et up-to-date. La concurrence est très forte, non seulement à cause des maisons qui prennent des commandes par correspondance, mais aussi à cause de la rivalité des marchands locaux eux-mêmes.

Le commis-voyageur qui jouit de la confiance de sa clientèle peut faire beaucoup pour empêcher la démoralisation du

marché. C'est son affaire d'étudier les méthodes et les systèmes des marchands qui réussissent le mieux et d'encourager et de réformer, en employant du tact, le marchand faible et moins expérimenté. Ici, est un confrère faible qui ne s'occupe pas assez du crédit qu'il fait et des recouvrements; là est un pauvre boutiquier ou encore un marchand qui fait des achats trop considérables dans certaines lignes et des achats trop faibles dans d'autres. Avec des marchands de cette catégorie, le commis-voyageur intelligent peut faire un véritable travail de missionnaire, dit "Credit Men's Bulletin".

L'homme qui accorde du crédit dans toute maison de gros connaît les points faibles et souvent essaie par des lettres

amicales de réformer le client; mais ses lettres sont souvent mal interprétées et souvent on les prend en mauvaise part, tandis que la même chose pourrait être dite par le vendeur en temps voulu ou peu à peu, sans blesser personne. En réalité, le marchand peut conclure que le commis-voyageur a réellement ses intérêts à coeur. De cent manières diverses, le commis-voyageur peut tirer des leçons profitables de son observation et de son expérience. Il peut jeter des semences dont quelques-unes, il est vrai, peuvent tomber dans un terrain rocheux, mais dont d'autres prendront racine dans l'esprit de celui qui l'écoute. Plus nous pouvons nous rendre utiles au marchand détaillant, plus nous deviendront utiles à notre propre maison.



LES PLANTEURS DE TABAC

Demandent la protection du gouvernement fédéral

L'association des planteurs de tabac du district de Joliette, a adopté ces jours derniers, l'importante résolution suivante:

Proposé par MM. Lucien Martin, Adhémar Leblanc et Denis Aumond, secondé par Damase Eugène Forest, et Prosper Granger:

"Attendu que les planteurs ont encore en mains une grande quantité de tabac des années précédentes; que la récolte de cette année est abondante et prête à être mise sur le marché et qu'il est urgent que les changements à la loi du Revenu qui nous ont été promis soient faits à l'ouverture de la prochaine session et soient mis en vigueur immédiatement, afin d'ouvrir de nouveaux débouchés qui nous sont absolument nécessaires, et que seuls ces changements peuvent nous procurer;

"Attendu que si ces changements étaient retardés plus longtemps, il en résulterait un préjudice sérieux à tous les planteurs du pays.

"Il est résolu unanimement que cette association prie humblement le gouvernement fédéral de vouloir bien s'occuper de cette question, et faire droit aux vœux unanimes de tous les planteurs de tabac de ce district, en modifiant le plus tôt possible la loi, de façon à favoriser davantage l'emploi du tabac canadien dans l'industrie."

LA PRODUCTION DES PLANTS DE TABAC

La production de bons plants de tabac est d'une grande importance, car sans bons plants, il est impossible d'obtenir une bonne récolte. Il faut d'abord se procurer de bonnes graines. Une bonne manière pour produire des plants de tabac consiste à choisir un terrain riche, bien drainé et protégé aussi bien que possible du froid. Il est bon de bien fumer la terre en automne au moyen de fumier bien pourri et de faire un labour profond. Au printemps, dès qu'il ne gèle plus et que le sol peut être travaillé, on laboure ou on bêche, on ameublit la terre pour la rendre propre à recevoir les graines.

Un bon moyen pour faire germer les

graines consiste à faire un petit sac avec quelque tissu mince, long de 6 pouces et large de 2 pouces, pouvant contenir une once de graines.

Les graines étant mises dans le sac, on coud celui-ci et on le met dans de l'eau tiède pendant vingt minutes environ et, de temps en temps, on pince les graines et on les mélange de manière que chaque graine soit bien trempée. Quand on retire le sac de l'eau, on en exprime toute l'eau qui peut sortir facilement, puis on met le sac, placé entre deux morceaux de tissu épais (flanelle de préférence), dans un poêlon ou tout autre récipient avec de la sciure de bois, qu'il est facile de maintenir chaude et humide; on place ce poêlon sur un poêle ou assez près d'un poêle pour le tenir chaud—plus il est chaud, plus la graine germera rapidement, mais il ne faut pas que la chaleur soit trop forte.

Dans les circonstances ordinaires, la graine germera en cinq à sept jours; elle est alors prête à être semée.

Pour semer, on emploie un arrosoir ordinaire dont la pomme a des trous assez grands pour laisser passer une tête d'épingle ordinaire.

Mettez d'abord dans l'arrosoir une cuillerée à soupe de graines germées et remplissez-le d'eau. Avant de semer, ratissez légèrement la terre. Un arrosoir ordinaire plein suffit pour ensemer un espace de trente pieds carrés. D'habitude on sème une once de graines pour des couches longues de cinquante pieds et larges de six. Dès que la graine est semée il faut bien arroser pour empêcher les germes de se dessécher. Quand l'eau a été bien drainée, étendez un drap sur la partie ensemençée et laissez-le là pendant une dizaine de jours, ne l'enlevant que pour sarcler ou arroser. Pendant la pousse des plants, il faut enlever les mauvaises herbes et maintenir une humidité suffisante pour produire une croissance rapide. Quand les plants ont atteint une hauteur de quatre à six pouces, il sont prêts à être transplantés.

DIMINUTION DES EXPORTATIONS DE LA HAVANE

Le lourd fardeau sous lequel l'industrie des cigares de la Havane a chancelé pendant l'année courante est

illustré d'une manière frappante par la diminution considérable des exportations de cigares du port de la Havane, dit le journal "l'obacco."

D'après les rapports officiels de la douane cubaine, les expéditions de cigares de la Havane dans toutes les parties du monde pendant les neuf premiers mois de 1907 ont été de 107,860,725 cigares. Les expéditions pendant la période correspondante de 1906 ont été de 190,204,949 cigares, ce qui signifie, pour les exportations du 1er janvier au 1er octobre, une diminution de plus de 82,000,000 de cigares, ou presque autant de cigares importés que les fumeurs des Etats-Unis en consommeraient ordinairement dans une année entière.

La diminution des importations de cigares de la Havane, cette année, est due à trois causes distinctes—premièrement aux troubles entre patrons et ouvriers, qui ont régné pendant plusieurs mois et qui ont diminué beaucoup la production; deuxièmement à l'augmentation énorme du coût de production qui a forcé les manufacturiers à hausser leurs prix, ce qui naturellement a causé une diminution des commandes dans certains quartiers; troisièmement, au fait que les manufacturiers de la Havane, dans les conditions existantes, ne cherchent pas à étendre leurs affaires, mais simplement à les maintenir dans l'espoir qu'en retenant leurs clients à cette époque, ils pourront dériver quelque profit dans l'avenir et dans des années plus favorables.

Les expéditions totales de cigares de la Havane en 1906 se sont élevées à 256,738,030; elles étaient en gain d'environ trente millions sur l'année précédente, pendant laquelle les exportations totales, pour l'année courante, seront bien inférieures à celles de 1906 et même à celles de 1905; car si pendant les trois derniers mois de l'année, les exportations étaient même aussi fortes approximativement que pendant les mois correspondants de 1906—chose qui est absolument improbable—le total pour 1907 serait seulement de 174,393,809 cigares, la plus petite quantité qui aurait été exportée depuis de nombreuses années. Toutefois il

est douteux que les expéditions totales de cette année atteignent le chiffre de 160,000,000, et il ne serait pas du tout surprenant qu'elles soient inférieures à 150,000,000.

L'INDUSTRIE DU TABAC AUX ETATS-UNIS

Dans la valeur totale du tabac manufacturé aux Etats-Unis en 1905, les cigares et les cigarettes figurent pour 46 7 pour cent, le tabac à chiquer, le tabac à fumer et le tabac à priser, pour 53.3 pour cent. Sur le nombre total des ouvriers que cette industrie emploie, 85 pour cent étaient occupés à la manufacture des cigares et des cigarettes.

Le nombre des établissements employés à la manufacture des cigares et des cigarettes était de 16,395, tandis que les autres branches de l'industrie n'en employaient que 433. Cette différence frappante est due en partie à ce que les cigares et les cigarettes sont en grande partie manufacturés dans de petits établissements, alors que le tabac à chiquer, le tabac à fumer et le tabac à priser sont produits principalement dans des manufactures de dimensions considérables.

Le capital moyen investi dans la branche de l'industrie qui comprend les cigares et les cigarettes était de \$8,852 par établissement, tandis que le capital in-

vesti dans l'autre branche était de \$413,043 par établissement.

Un contraste semblable s'est manifesté dans le nombre moyen des ouvriers par établissement, ce nombre étant de 8 pour les cigares et les cigarettes et de 55 pour le tabac à chiquer, le tabac à fumer et le tabac à priser.

EXPORTATIONS DE CIGARES DE LA HAVANE

Les chiffres suivants tirés des rapports officiels de la douane cubaine indiquent le nombre de cigares expédiés du port de la Havane, pendant la première quinzaine d'octobre.

	Cigares.
Etats-Unis	5,185,981
Grande-Bretagne	3,708,772
Allemagne	2,600,086
Canada	694,600
Australie	539,000
Chili	418,000
République Argentine	247,280
Afrique Anglaise	187,000
Bolivie	128,287
Iles Canaries	85,130
Belgique	85,700
Divers pays d'Afrique	84,000
Autriche	51,350
Egypte	49,550
Chine Anglaise	28,500
Pays Bas	21,500
Vénézuéla	20,000
Guatemala	19,000
Pérou	18,600
Brésil	15,050
Gibraltar	13,000

Italie	13,000
Porto Rico	12,500
Uruguay	12,000
Océanie française	10,000
Etats-Unis de Colombie	9,800
Equateur	7,000
Antilles danoises	5,000
Antilles anglaises	4,600
Antilles hollandaises	4,500
Mexique	3,500
Espagne	3,000
Chine française	2,750
Indes anglaises	1,350
France	200

Total du 1er oct. au 15 oct. 1907 14,293,646
Du 1er jan. au 30 sept. 1907. 107,860,725

Total du 1er jan. au 15 oct. 122,154,371
Même période en 1906 202,040,259

Diminution en 1907 79,885,885

TABAC SANS NICOTINE

Ce que l'on connaît, en France, sous le nom de "Caporal Doux", tabac sans nicotine, est simplement du caporal ordinaire qui a été traité en le lavant dans de l'eau jusqu'à ce que la proportion ordinaire de 2-1-2 pour cent de nicotine ait été réduite à 1 pour cent. Sous cette forme, on le fume dans la pipe et on l'emploie dans la manufacture des cigarettes, ce tabac trouve une certaine faveur auprès de fumeurs qui préfèrent un tabac doux ou qui, atteints de faiblesse du sys-

ESSAYEZ LE NOUVEAU CIGARE

FORTIER'S
CLEAR
HAVANA

FAIT DES MEILLEURS TABACS DE LA HAVANE PAR DES CUBAINS.
MANUFACTURE PAR

J. M. FORTIER, Limitée, MONTREAL.

tème nerveux ou du coeur, craignent les effets de la nicotine.

Le caporal ordinaire est un mélange de tabacs français, américain et oriental, préparé par la Régie, ou établissement du gouvernement, qui a le monopole entier de la manufacture du tabac, des cigares et des cigarettes en France. Ce tabac a un goût un peu âcre, mais non désagréable; c'est le moins cher et le plus populaire.

Il y a quelque huit mois, le gouvernement français voyant qu'il y avait une forte demande pour un tabac soi-disant sans nicotine, qui avait été préparé en petit par certains pharmaciens et qui était aussi manufacturé en Belgique, commença la manufacture d'un produit similaire en réduisant la teneur en nicotine du tabac caporal par l'action de l'eau, laquelle, diminuant de 2 1/2 à 1 pour cent cette teneur, enlève aussi d'autres ingrédients; le poids du tabac est ainsi réduit, suivant la qualité de la feuille, de 15 à 30 pour cent. C'est cette perte de poids plutôt que le procédé, qui constitue le coût de réduction de la teneur en nicotine et explique pourquoi le caporal ordinaire qui se vend \$2.41 le kilo (2.2 lbs.) vaut \$3.08 quand il a subi cette réduction.

Le procédé de lavage est simple et est facilité par l'emploi d'une machinerie automatique; mais il doit se faire sous la

surveillance attentive et constante d'un ouvrier habile et de confiance, afin d'obtenir un produit uniforme contenant la proportion de nicotine spécifiée. Le caporal doux est vendu dans les débits de tabac du gouvernement en paquets de 50 grammes à 80 centimes, soit 16 cents, ce qui met le prix de la livre avoir-du-poids à environ \$1.46.

Les cigarettes du même tabac se vendent en paquets de 10 à 35 centimes (7 cents), tandis que les cigarettes de caporal ordinaire en paquets en contenant le même nombre et de la même grosseur se vendent 30 centimes (6 cents) le paquet.

Du 1er janvier au 30 avril, la régie a vendu aux marchands de tabac de Paris 26,000 kilos de tabac sans nicotine et 5,000 kilos, soit 50,000,000 de cigarettes faites du même tabac.

Pour les fumeurs habitués au tabac ayant tout son arôme, le caporal doux est quelque peu insipide. Son seul avantage est que 25 cigarettes faites de ce tabac contiennent seulement la même quantité de nicotine que 10 cigarettes de caporal ordinaire; son action narcotique sur le coeur et le système nerveux est réduite en proportion.

LA FALSIFICATION DU TABAC A PRISER

L'idée émise récemment par "Cigar & Tobacco Journal" de Minnéapolis, à sa-

voir qu'une forte proportion du tabac à priser, manufacturé maintenant et vendu aux Etats-Unis, est fortement imprégnée d'opium, soulève beaucoup d'intérêt non-seulement dans les cercles commerciaux mais parmi les médecins et dans de nombreuses sociétés de charité et de réforme, dit le journal "Tobacco".

La falsification du tabac à priser au moyen de l'opium est chose si facile et il y a si peu de chance que les coupables soient atteints par les lois existantes, tandis que les profits dérivés de cette pratique meurtrière sont si énormes, qu'il semble parfaitement naturel de croire que certains manufacturiers rapaces et implacables n'hésitent pas un seul moment à se livrer à une pareille pratique.

Le tabac à priser a été grossièrement falsifié à toutes les époques depuis que Jean Nicot introduisit le tabac en France en 1560, et la reine Catherine de Médicis donna son approbation royale au tabac à priser en l'employant publiquement à la cour de France et en le recommandant à la noblesse et aux courtisans dont elle était entourée.

Certains des premiers manufacturiers européens de tabac à priser ajoutèrent au tabac à priser des parfums, des essences et des drogues à un tel point qu'il était absolument impossible d'y discerner la présence du tabac.

Les ingrédients mélangés à la poudre



CIGARES LES PLUS POPULAIRES

Sir Wilfrid 10c.

SALVATOR	-	-	-	10c.
EL ASTRO	-	-	-	10c.
ROSA BELLA	-	-	-	10c.

Gilt Edge 5c.

S. CAMERON	-	-	-	5c.
FLORINA	-	-	-	5c.
TOURIST	-	-	-	5c.
RINALDO	-	-	-	5c.
MY SPECIAL	-	-	-	5c.
V. J. R.	-	-	-	5c.

Quel que soit l'endroit où vous allez, demandez les marques ci-dessus et savourez un bon cigare.

The Eastern Cigar Co., Ltd., Marieville, Que

J. O. LAPORTE, Représentant.

ST-JEAN, QUE.

de tabac, à cette époque, n'étaient pas tous aussi inoffensifs que le musc, la civette et autres parfums alors en grand usage. Une des premières falsifications qui semble avoir été très commune pendant un certain temps, était l'addition de verre finement pulvérisé.

Mais bien, que le verre pilé mis dans la poudre de tabac ait pu produire naturellement des inflammations plus ou moins sérieuses des fosses nasales, et que son emploi par les manufacturiers ait été certainement répréhensible, on ne peut pas le comparer un seul instant à la conduite criminelle d'hommes qui, de sang-froid, ne craignent pas de soumettre des milliers et des milliers de personnes à toutes les agonies physiques et mentales, causées à la fin par l'opium à ses victimes. Il serait beaucoup plus humain de falsifier le tabac avec de l'acide prussique, car alors la mort arriverait vite et sans causer de douleur, tandis que les victimes de l'opium, à moins qu'elles ne soient portées à mettre un terme à leurs souffrances par le suicide, languissent de longues années de tourments.

LA CONTREBANDE DU TABAC AU JAPON

Un correspondant du London Telegraph rapporte que, depuis que le gouvernement s'est emparé du monopole du

tabac dans ce pays, il y a eu une augmentation constante de la contrebande des cigares et du tabac. Cette contrebande se fait pour la plus grande partie par les bateaux de pêche, le long des côtes de Tsushima, Ika, Northwestern Kiusiu et autres endroits.

Un pêcheur ne peut pas passer en contrebande plus de dix ou vingt cigares à la fois, mais le total du tabac de contrebande représente une bonne quantité.

Les cigares importés en contrebande semblent être envoyés en Corée et de là au Japon. Dernièrement, on a découvert un cas de contrebande dans lequel trois officiers supérieurs de l'armée, deux nobles et un journaliste étaient impliqués; la valeur totale du tabac passé ainsi en contrebande était de \$30,000.

Le correspondant du journal anglais dit que, bien qu'une grande partie de la contrebande soit faite avec l'aide de fonctionnaires du gouvernement, les hautes autorités, de tous les représentants s'efforcent d'y mettre un terme.

Tabacs Canadiens

La maison Jos. Côté, de Québec, qui compte certainement au premier rang dans le commerce du tabac canadien a actuellement dans ses entrepôts, de 300,000 à 400,000 livres de vieux tabacs de qualité garantie, qu'elle offre à des prix raisonnables. Ces tabacs, dans les qualités et les variétés les plus appréciées sont offerts en vente dans des balles de

10, 25 et 50 livres. Disons en terminant qu'un marchand qui a acheté une fois de la maison Jos. Côté, devient un client habituel. Tous les efforts de la maison tendent à cette fin.

Les marchands aiment en général à avoir une marque spéciale de cigares qui leur soit propre. Quand les cigares de cette marque spéciale plaisent aux clients, ceux-ci reviennent au magasin pour s'en procurer. Il y a donc tout intérêt pour les marchands à tenir des cigares d'une marque à eux. La Emporium Cigar Co., de St-Hyacinthe, Qué., soucieuse de l'intérêt des marchands, offre à ceux-ci de leur fabriquer des cigares aux marques spéciales qu'ils désireront pour des commandes d'au moins 5,000 cigares, et cela à des prix très raisonnables. C'est une offre avantageuse dont tous les marchands de tabac devraient profiter.

Articles de fantaisie pour les fêtes

La maison Jos. Côté de Québec nous informe qu'elle reçoit actuellement un assortiment des plus choisis et des plus nouveaux en fait d'articles pour fumeurs, tels que pipes en bruyère avec tige en ambre ou en caoutchouc, avec ou sans étui, ornées de montures en or ou en argent, ainsi qu'une immense variété de fume-cigare et de fume-cigarette. Ces articles de fantaisie, qui ont été très rares par suite de la difficulté de se les procurer des manufacturiers européens, sont de grande vente à l'époque du commerce des fêtes et les tabacconistes ne trouveront certainement pas ailleurs un choix aussi varié que celui de la maison Jos Côté.

CIGARES

Marques spéciales pour le Commerce

Nous sommes toujours prêts à accepter des ordres pour manufacturer à des prix très raisonnables

Tous les Genres de Cigares

aux "Marques Spéciales" que pourraient désirer nos clients, sur commande de 5,000 cigares au minimum. . . .
Sur demande, nous enverrons des échantillons.

The Emporium Cigar Co.,
ST-HYACINTHE, QUE.

Essayez seulement

== LE CIGARE ==
PAPA
== A 10 Cents ==

LE CIGARE DE QUALITÉ

Fabriqué par

L. N. HADD,

115, rue St-François-Xavier, - - MONTREAL.

Telephone Bell: Main 4581.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

THE AMERICAN TOBACCO CO. OF CANADA			Durham —			En tins, 1/8s....		
Cigarettes.			En sacs, 1/12s, btes 5 lbs..			Pqts, 1/4s, btes 6 lbs..		
Par mille			En sacs, 1/6s, btes 5 lbs..			En jares, 1 lb....		
Richmond Straith Cut No 1, 10s.	12.00		En drums, 1 lb....	1.00		Tabacs Ogden		
Pet, 1/10s.....	12.00		Virginity — drums, 1 lb....	1.25		La lb.		
Sweet Caporal, en boîtes de 10....	8.50		Unique —			Beeswing —		
Athlete, boîtes de 10 ou pqts 10s	8.50		Pqts, 1/15s, boîtes 5 lbs..	.65		Tins décorées, 1s		
Old Judge, en boîtes de 10s..	8.50		Pqts, 1 lb, boîtes 5 lbs..	.61		1/2 lb. tins, 4 lb. cartoons..		
Majestic, 20s..	8.25		Pqts, 1/2 lb., boîtes 5 lbs..	.60		1/4 lb. tins, 4 lb. cartoons ..		
New Light, [tout tabac] 10s..	8.50		Lord Stanley — tins, 1/2 lb..	1.05		1-8 pcks. 1 lb. cartoons ..		
Sub Rosa [tout tabac]	8.50		Hand Cut Virginia — tins, 1/4 lb..	1.00		1-16 pcks. 1 lb. cartoons..		
Derby en pqts de 6 [600] 3.93; 10s	6.55		Duke's Mixture —			Ogden's Navy Mixture —		
Old Gold, 6 ⁴ (600) 3.78; 1/10s....	6.30		Pqts, 1/10 lb, cartoons 2 lb..	.82		1-8 & 1-4 lb. tins, 5 lb. cartoons.		
Prince, 7, [700] 4.02; 10s..	6.75		Perique Mixture —			Turret Navy Cut —		
Sweet Sixteen, pqts, 7s, 4.02; 10s.	5.75		En tins, 1 lb. et 1/2 lb....	1.15		1/4 lb. tins, 5 lb. cartoons.		
Murad, Turques, bouts en papier	12.00		Athlete Smoking Mixture —			Mild		
Mogul, Turques, bouts en papier	12.00		1/2 and 1/4 lb. tins....	1.35		Medium		
ou en liège	12.00		Pure Perique —			Full		
Mogul Magnams, bouts en papier.	16.00		1/4 & 1/2 lb. tins & 1 lb. pcks.	1.75		1-8 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
Dardanelles [Turques] bouts en	12.50		St. Leger — 1/2 & 1/4 lb. tins &			Mild		
papier 12.25, en liège ou argent.	12.50		1/10 sacs....	1.20		Medium		
Yildiz [Turques] Bouts en or, 10s.	15.00		P. X X X —			Full		
Yildiz Magnums, Bouts en papier,	20.00		1 lb. tins....	.95		1-16 lb. tins, 5 lb. cartoons,		
en liège ou en or, 10s. et 100s.	5.83		1/2 lb. tins....	1.00		Mild		
Virginia Brights, bte de 600, 3.50 ..	7.00		1/5 tins....	1.00		Medium		
High Admiral, 10s....	5.75		Handy Cut Plug —			Full		
Gloria, 7s [700] 4.02; 10s..	12.00		1/5 poutches, 5 lbs boxes..	.90		Tabacs américains à fumer		
Guinea Gold.....	12.50		1/2 lb. jars..	.90		La lb		
Otto de Rose, 10s..	5.75		Old Virginia —			Pride of Virginia —		
Bouquet, Slide boxes, 7s. 3.50; 2.01	5.30		1 lb. tins....	.78		1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons .		
Pin Head, Slide boxes, 7s. 7.00; 3.85	5.30		1/2 lb. tins....	.80		Old English Curve Cut —		
Tabacs à cigarettes.			1-16 & 1-9 pcks, 5 lb. boxes...	.72		1-10 lb. tins, 2 1-2 lb. cartoons .		
B. C. No 1, pqts, 1/12, btes 5 lbs..	1.00		1 lb. & 1/2 lb. pcks, 5 lb. boxes..	.72		Bull Durham —		
Puritan, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		Morning Dew Flake Cut —			1-10 sacs, 1-25; 1-16 sacs, in 5 lb.		
Athlete, paquets ou boîtes, 1-12,	1.05		1-10 pcks, 5 lb. boxes..	.82		cartoons..		
boîtes 5 lbs.95		1-6 tins....	1.00		Duke's Mixture —		
Derby, en tins, 1/4s....	1.20		1/2 lb. tins....	.94		1-10 bags, 5 lbs. cartoons ..		
Vanity Fair, pqts, 1/8s, btes 5 lbs.	1.00		1-5 bags....	.88		Richmond Gem Curly Cut —		
Sultana, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	.96		Blue Star —			1-8 pcks., 5 lbs. cartoons		
" 1/2 & 1 lb, pqts, btes 5 lbs.	1.00		1-12 pcks, 5 lb. boxes.83		1-4 pcks, 2 lbs. cartoons		
Gloria, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	.85		Favorite — 1/2 lb. tins....	.69		Rose Leaf [Fine Cut Chewing] —		
Southern Straight Cut, paquets,	1.45		Champaign Cut Plug —			1 lb. pcks, 5 lb. drums		
1/12s, btes 5 lbs....	1.15		1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80		Tabacs américains à chiquer plugs		
Old Judge, pqts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.00		1-5 tins....	1.00		Battle Ax — 12 lbs caddies ..		
Sweet Caporal, pqts 1/13s, btes 2	.92		1/4 lb. tins....	.96		Piper Heidsieck—10 lbs caddies		
lbs....	1.00		Khaki —			Piper Heidsieck—7 lbs. caddies.		
Houde's Straight Cut No 1, pqts,	1.00		1-5 tins....	1.00		Horseshoe — 12 lbs. caddies ..		
1/12s, boîtes 5 lbs....	1.00		1/2 lb. tins....	.96		Star, 12 lbs. Cads.		
Dufferin, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00		1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80		Climax, 12 lbs. Cads		
Le Caporal, pqts, 1/12s, btes 5 lbs	1.00		Red Star —			Spear Head, 18 lbs. Cads.		
Harem [Turque], pqts, 1/16s, btes	1.35		1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.83		THE EMPIRE TOBACCO COMPANY		
5 lbs....	1.92		Sweet Bouquet —			Tabacs à chiquer.		
Klosk [Turque], paquets, 1/16..	1.00		1/2 lb. tins....	1.25		Bobs, 5s., Cads 21 lbs., 1-2 Cads,		
Tabacs coupés à fumer.			Maryland —			12 lbs.		
Old Chum —	La lb.		1-12 pcks, 5 lb. boxes....	.78		Bobs, 10s., Butts, 24 lbs, 1-2 Butts,		
En tins, 1/6s....	1.00		1/4 lb. tins....	.78		12 lbs.		
En tins, 1/2 lb....	.85		Gold Star —			Bobs Bars, 5 3-5 cuts to the lb.,		
En tins, 1 lb....	.85		1-10 pcks, 5 lb. boxes....	.80		1-2 Butts, 10 lbs.		
Pqts, 1/10s, btes 5 lbs....	.85		M. P. [Perique Mixture].			Currency Bars, 9s., 10 cuts to the		
En sacs, 1/5s., btes 5 lbs.88		1-11 & 1-5 pcks, 5 lb. boxes..	.88		lb., Butts, 25 lbs., 1-2 Butts,		
Puritan Cut Plug —			Houde's Celebrated Mixture —			12 1-2 lbs.		
Pqts, 1/11s, boîtes 5 lbs..	.85		1-8 tins....	1.35		Currency Navy, 2 x 4, 5 1-2s. to lb.,		
En tins, 1/2 et 1/4 lbs.85		Gold Crest Mixture —			1-2 Butts, 11 1-2 lbs.		
En tins, 1/5s....	.93		1/4 & 1/2 lb. tins....	1.35		Currency Navy, 10s., 1-2 Cads, 12		
En tins, 1 lb....	.83		Gold Dust —			lbs.		
Full Dress —			1-10 bags, 5 lb. boxes....	.88		Stag Bars, 5s., Butts, 16 lbs.		
En tins, 1/5 et 1/2 lbs..	.95		1-12 bags, 5 lb. boxes....	.90		Old Fox, 12s, butts 24 lbs, 1/2 butts		
Meerschaum —			A. T. C. Mixture à fumer —			12 lbs.		
Pqts, 1/10s, btes 5 lbs..	.82		En tins, 1/4 lb.	1.40		Pay Roll, 10 1/2 oz. bars, 5 cuts to		
En tins, 1/2 lb....	.84		En tins, 1-8 lb.	1.45		the bar, 7 1/2 cuts to lb, butts 20		
En sacs 1/5 btes 5 lbs92		Social Mixture			lbs.		
Ritchie's Smoking Mixture.			Pqts 1-10 btes 5 lbs75		Pay Roll, 6 1/2 oz. bars, [thin]. 7 1/2		
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80		En tins, 1-2 lb.75		spaces to the lb. boxes, 5 lbs..		
En tins, 1/4 lb.95		Seal of North Carolina —			Moose, 14 1/2 oz. Bars, 5 cuts to bar,		
Ritchie's Cut Plug —			En tins de 1/2 et 1/4 lbs....	1.05		5 1/2 cuts to lb., 1/2 butts, 8 lbs.		
Pqts, 1/16s et 1/9s, btes 5 lbs..	.71		En sacs, 1-6 s, btes 5 lbs....	1.05		Black Watch 5s., 1-2 Butts 9 lbs.		
Cut Cavendish —			1/12, 1/8 & 1/4s, pqts, btes 5 lbs	.95		each		
Pqts, 1/10s, boîtes 5 lbs..	.80		Old Gold —			Tabacs à fumer.		
			1/12s et 1/8s, pqts, btes 5 lbs..	.95		Empire, 5s., 10s.		

Rosebud Bars, 6s., Butts, 20 lbs.,	
Boxes, 5 lbs.	45
Amber, 8s, and 3s.	60
Ivy, 1-12 x 4, 7s, 17 lbs, butts.	50
Ivy, 1-12 x 4, 7s, 8 1-2 lbs. 1-2	
Butts	50
Hudson, 8s cads, 20 lbs.	53
Pacific, 8s cads, 20 lbs.	53
Starlight, 1 1/2 x 4, 7s, 8 1/2 lbs., 1/2 butts	50

THE B. HOUE CO., LTD., QUEBEC

Cut Smoking Tobaccos

Trappeur—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes	\$.32
1-12 bags, 5 lbs. boxes48
1-2 and 1 lb. pcks.30
Comfort—	
1-8 bags, 5 lbs. boxes32
1-10 bags, 5 lbs. boxes40
1-12 bags 5 lbs boxes48
Casino—	
1-6 pcks. 5 lbs. boxes24
1-2 and 1 lb. pcks.20
O. K. No. 1.—	
1-7 tins, 10 lbs. wooden boxes56
1-6 pcks. 5 lbs. boxes50
O. K. Mixture—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Horse Shoe Solace—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes43
1-2 and 1 lb. pcks.41
1 lb. pck. with pipe inside pcks.43
1-2 lb. tins43
Gold Block—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-12 and 1-6 bags, 5 lbs. boxes50
Brown Shag—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.38
Signum Cut Plug—	
1-12 bags, 5 lbs. boxes43
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 lbs. pcks.33
1-7 tins 10 lbs. wooden boxes56
1-2 tins48
Carillon (for Smoking and Chewing).40
Como—	
1 lb. pck. with pipe inside pcks.33
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
Lion Brand—	
1-12 (paper bags), 5 lbs. boxes35
Calabresse—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
Houde's No. 1—	
1 lb. pck. with pipe inside pcks.44
1-6 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.39
Micmac—	
1-10 (paper bags), 5 lbs. boxes30
Houde's Fine Cut—	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Hudson—	
1-12 pcks. 3 lbs. boxes52
1-6 pcks. 5 lbs. boxes52
Golden Leaf—	
1-12 and 1-6 pcks. 5 lbs. boxes48
1 lb. tins54
1-2 lb. tins58
1-4 lb. tins65
Rainbow—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes70
1-2 lb. tins73
1-4 lb. tins78
1-5 lb. bags, 5 lbs. boxes78
Cremo—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes52
Natural Cut Smoking Tobaccos	
Parfum d'Italie—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes43
Mon Ami (Pure Quesnel)—	
1-8 pcks. 3 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.50
Red Cross—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 pcks.40

1-7 bags, 5 lbs. boxes55
Tiger—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes32
Montcalm—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes30
1-4, 1-2 and 1 lb. pcks.30
Zcuave—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes31
1-2 and 1 lb. pcks.30
Encore—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.38
1-6 bags43
Rouge & Quesnel—	
1-10 pcks. 5 lbs. boxes38
1-5-1-2 and 1 lb. pcks.35
Mon Plaisir—	
1-9 pcks. 2 and 5 lbs. boxes70
Quesnel—	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.40
Houde's Best one Dollar Mixture—	
1-4-1-2 and 1 lb. pcks.80
Gold Cross—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. pck.50
Napoleon—	
1-10 pcks. 4 lbs. boxes40
1-2 and 1 lb. pcks.35
Blue Cross—	
1-8 pcks. 5 lbs. boxes32
1-2 and 1 lb. pcks.30
Golden Broom—	
1-9 pcks. 5 lbs. boxes36
1-2 lb. pcks.31
Houde's Sixty cents.—	
1-6 pcks. 5 lbs boxes50

Cigarette Tobaccos

Rugby—	
1-8 (slide-boxes), 5 lbs. boxes62
1-14 pcks. 5 lbs. boxes60
1-2 and 1 lb. pcks.60
Petit Bleu—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes50
1-2 and 1 lb. foil pcks.40
L. L. V.—	
1-2 lb. foil pcks.36
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Petit Poucet—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes43
Le Petit Jaune—	
1-12 pcks. 5 lbs. boxes46
Tri Color—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55
Swoboda—	
1-9 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes64
Carlo—	
1-14 pcks. 5 lbs. boxes55

Fine Cut Chewing

Chocolate Fine Cut—	
1 lb. tins60

Plug Chewing

Spun Roll—	
1-16 1 lb. boxes60

Natural Pressed Cut

Original—	
1-4 lb. pcks. 5 lbs. boxes60

Sliced Plug Cut

Transfer—	
1-7 (slide boxes), 5 lbs. boxes50

Atlas—	
1-6 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes44

Alice—	
1-7 (Slide Boxes), 5 lbs. boxes52

Bamboo (Curved Cut.)—	
1-10 tins, 3 lbs. boxes78

CIGARETTES

Pearls—	par 1000
10s with mouth pieces 500 par bte	4.00

Dufferin—	
10s 500 par boîte	4.50

Cadet—	
10s 500 par boîte	4.00

SNUFF

Landry's Light Snuff—	Kegs ou Jars
Rose No. 128

Merise28
Rose extra32

Macaba	34
Scotch, (1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48
Grand'Mère 1-16 boxes55
Houde's Dark Snuff—	
Natural39
Rose No. 130
Rose & Bean30
Rose Extra32
Merise30
Macaba37
Scotch (in 1 lb. pcks. and 5 lbs. boxes)46
Scotch (in 5 lbs. Jars)48

JOSEPH COTE, QUEBEC.

Cigares

Le mille

Three Little Champions	
for 5c.	1/5.... 12.50
Côte's Fine Cheroots.	1/10.... 15.00
Quebec Queen.	1/20.... 15.00
V. II. C.	1/20.... 25.00
My Best.	1/20.... 25.00
Doctor Faust.	1/20.... 28.00
Doctor Faust	1/40.... 30.00
St-Louis [union].	1/20.... 33.00
Martin [union].	1/20.... 35.00
Havana Seconds	1/20.... 35.00
Champlain	1/20.... 35.00
V. C. [Union].	1/20.... 36.00
Martha [union].	1/20.... 55.00
El Sergeant Premium	1/40.... 55.00
El Sergeant R. V. C.	1/10.... \$60.00
J.C. Cl. Havane, Puritanos 1/20....	75.00

Tabacs Canadiens en feuilles

Balles de 25 et 50 lbs.

Connecticut B. 25 et 50	1905	0.13	0.14
Grand Havane B 25 et 50	1905	0.13	0.14
Parfum d'Italie A.	1905	0.00	0.30
Belgique	25s.	1905	0.00 0.25
Petit Canadien	1904	0.00	0.25
Petite Plug 1-6	1905	0.10	0.12
Quesnel A. M.	1905	0.00	0.35
Rôle J. C., No 40, 1, 1/2, 1	1905	0.00	0.37
Rouge A.	1905	0.18	0.20
Rouge G.	1900	0.18	0.20
Rouge Quesnel A.	1904	0.00	0.25
Spread Leaf, Rouge	1905	0.15	0.16
S. Nouveau	1905	0.00	0.15
Petit Havane	1905	0.18	0.20
S. Vieux	1904-1905	0.16	0.17

Tabac coupé canadien.

Petit Havane, 1/3 boîtes 10 lbs.	48
Petit Havane, 1-12, 1-6 boîtes 10 lbs.	48
Quesnel, 1/9, boîtes 5 lbs.65
Quesnel, 1/4, boîtes 10 lbs.60
Quesnel, 1/2, quantité à volonté.69
Côte's choice mixture, 1/4 tin.75
Côte's choice mixture, 1/2 tin.70
Côte's choice mixture, 1 lb.65
Tabac en poudre: Rose, 32 cts.;	
Rose et Fève, 32 cts; Fève, 32 cts;	
Rose Extra, 34 cts; Râpé, \$1.25; Macca-	
ba, 47 cts.; Scotch, 47 cts.; Merise, 32 c.	

THE EMPORIUM CIGAR CO., SAINT-

HYACINTHE

Cigares

Le mille

Club House.	1/20.... \$20.00
Le Petit Gars.	1/20.... 22.00
Little Perfectos.	1/20.... 26.00
El Maska.	1/20.... 25.00
Red Bluff	1/20.... 25.00
La Captiva	1/20.... 25.00
The Good Ones.	1/20.... 28.00
Our Leader.	1/20.... 28.00
Peruna	1/20.... 35.00
Mont-Pelée.	1/20.... 35.00
Sir George.	1/20.... 55.00
Representative	1/20.... 45.00
Emporium.	1/20.... 55.00
Emporium	1/40.... 60.00

Our Clear Havana	1/20....	55.00
La Pedida	1/20....	60.00
El Corso.	1/20....	70.00
La Pedada	1/10....	90.00
Los Angeles	1/40....	100.00

IMPORTED TOBACCOS

WILLS'S SMOKING TOBACCO

Capstan Navy Cut.

Air tight tins.

Mild	1-2	1.33
"	1-4	1.35
"	1-8	1.42
"	1-16	1.59
Medium	1-2	1.20
"	1-4	1.22
"	1-8	1.30
"	1-16	1.40
Full	1-2	1.20
"	1-4	1.22
"	1-8	1.30
"	1-16	1.39

Decorated tins.—

Mild	1-16	1.48
Medium	1-16	1.36
"	1-8	1.30

Traveller.

Decorated hinged tins	1s.	1.12
Decorated hinged tins	1-2	1.16
Decorated hinged tins	1-4	1.18
Air tight tins	1-4	1.18
Flat foil pkts.	1-8	1.17
Flat foil pkts.	1-16	1.17

Westward Ho Mixture.

Air tight tins	1-4	1.18
Air tight tins	1-8	1.26
Paper pkts., foil	1-8	1.12

Ocean Mixture.

Round tins	1s.	1.00
Air tight tins	1s.	1.05
Air tight tins	1-4	1.10
Air tight tins	1-2	1.04

Latakia.

Air tight tins	1-2	1.59
Air tight tins	1-4	1.59

Black Cut Cavendish.

Air tight tins	1-4	1.25
Air tight tins	1-8	1.25

Gold Flake.

Air tight tins	1-4	1.35
Paper pkts., foil	1-8	1.35

Liverpool Irish Twist.

Air tight tins	3 lbs.	0.98
Tagger tins (2 lbs. coils) 10 lbs.		0.98
Air tight tins (2½ lbs. coils) 5 lbs.		0.98

Superfine Shag.

Air tight tins	1-4	1.30
Air tight tins	1-8	1.35

Old Friend Shag.

Air tight tins	1-4	1.00
--------------------------	-----	------

WILLS'S CIGARETTE TOBACCOS.

Three Castles.

Air tight tins, Mild	1-2	1.55
"	1-4	1.60
"	1-8	1.65
Medium	1-4	1.50
"	1-8	1.55

Paper Pkts., foil

Medium	1-8	1.50
"	1-16	1.40
Mild	1-16	1.60

Best Bird's Eye.

Air tight tins	1-4	1.30
Air tight tins	1-8	1.37
Paper pkts., foil	1-8	1.25

Bright Bird's Eye.

Air tight tins	1-4	1.10
--------------------------	-----	------

Bristol Bird's Eye.

Air tight tins	1-4	1.20
--------------------------	-----	------

PLAYER'S SMOKING TOBACCOS

Navy Cut.

Air tight tins—

Mild	1-2	1.35
"	1-4	1.36
"	1-8	1.46
"	1-16	1.54
Medium	1-2	1.16
"	1-4	1.18
"	1-8	1.27
"	1-16	1.36
Full	1-2	1.16
"	1-4	1.18
"	1-8	1.27

Navy Mixture.

Decorated Lever lid tins	1-4	1.36
Paper pkts., foil	1-8	1.36
Paper pkts., foil	1-16	1.36

PLAYER'S CIGARETTE TOBACCOS

Navy Cut.

Flat tins	1-8	1.50
---------------------	-----	------

RICHMOND CAVENDISH CO'S SMOKING TOBACCOS

Pioneer.

Flat tins	1-2	1.16
Flat tins	1-4	1.20
Air tight tins	1-4	1.18
Paper pkts., foil	1-8	1.20
Paper pkts., foil	1-16	1.24

Richmond Smoking Mixture.

Round tins	1-4	1.10
----------------------	-----	------

Gem of the Ocean Shag.

Air tight tins	1-4	1.06
--------------------------	-----	------

Superfine Shag.

Air tight tins	1-4	1.13
--------------------------	-----	------

LAMBERT & BUTLER'S SMOKING TOBACCOS.

Log Cabin.

Air tight tins	1-4	1.18
Air tight tins	1-8	1.27
Paper pkts., foil	1-8	1.15

Sundried Honeydew.

Air tight tins	1-4	1.40
--------------------------	-----	------

Viking.

Air tight tins		
Medium	1-4	1.20
"	1-8	1.25

Varsity Mixture.

Air tight round tins	1-4	1.85
--------------------------------	-----	------

Frontier Mixture.

Air tight round tins	1-4	1.60
--------------------------------	-----	------

Prince of Wales Mixture.

Air tight round tins	1-4	1.50
--------------------------------	-----	------

Garrick Mixture.

Air tight tins	1-2	2.25
Air tight tins	1-4	2.25
Air tight tins	1-8	2.25

LAMBERT & BUTLER'S CIGARETTE TOBACCOS.

May Blossom.

Air tight tins	1-4	1.50
Air tight tins	1-8	1.60

MCDONALD'S TOBACCOS

Cut Golden Bar.

Air tight tins,—

Mild	1-4	1.45
"	1-8	1.50
Medium	1-4	1.45
"	1-8	1.50
Full	1-8	1.50

F. & J. SMITH'S SMOKING TOBACCOS.

Glasgow Mixture.

Air tight round tins	1s.	1.28
Air tight round tins	1-2	1.31
Air tight round tins	1-4	1.31
Air tight round tins	1-8	1.36

Sun Cured Mixture.

Air tight round tins	1s.	1.35
Air tight round tins	1-2	1.36
Air tight round tins	1-4	1.36
Air tight round tins	1-8	1.42

AMERICAN SMOKING TOBACCOS.

Van Bibber Cut Plug.

1-10 lb. tins, 2-12 lb. cartoons	1.25
--	------

Just Suits Cut Plug.

1-10 pkts. 5 lbs. cartons	1.10
-------------------------------------	------

Sensation Cut Plug.

1-10 pkts. 5 lbs. cartons	1.10
-------------------------------------	------

Havelock (Australasian) Cut Plug.

(Dark or Aromatic).

1-10 pkts. 5 lbs. cartons	1.25
-------------------------------------	------

CIGARETTES

Social. Per box of Per M.

In slide boxes of twenty 500	3.33	6.65
------------------------------	------	------

Gold Crest.

In slide boxes of twenty 500	3.33	6.65
------------------------------	------	------

Vanity Fair.

In slide boxes of ten	500	3.65	7.30
---------------------------------	-----	------	------

Vice Roy (Little Cigars).

In slide boxes of ten	500	4.25	8.50
---------------------------------	-----	------	------

Egyptian Deities No. 1.

In slide boxes of ten	500	13.50	27.00
---------------------------------	-----	-------	-------

Egyptian Deities No. 3.

In slide boxes of ten	500	10.00	20.00
---------------------------------	-----	-------	-------

WILLS'S CIGARETTES

Three Castles.

Per M.

Air tight tins of fifty	15.00
-----------------------------------	-------

In fancy flat tins of ten	16.00
-------------------------------------	-------

In cartons of ten	15.00
-----------------------------	-------

Three Castles (Gold-tipped).

In flat tins of fifty	19.00
---------------------------------	-------

In flat tins of ten	20.00
-------------------------------	-------

In flat tins of twenty	19.50
----------------------------------	-------

Gold Flake.

In air tight tins of fifty	12.50
--------------------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In slide boxes of ten	12.50
---------------------------------	-------

Capstan (Mild).

In air tight tins of fifty	12.00
--------------------------------------	-------

In cartons (with mouthpieces) of ten	12.50
--	-------

In cartons of ten	12.00
-----------------------------	-------

Capstan (Medium).

In air tight tins of fifty	12.00
--------------------------------------	-------

In cartons of ten	12.00
-----------------------------	-------

In cartons of ten (with mouthpieces)	12.50
--	-------

Wild Woodbine.

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

In packets of ten	12.50
-----------------------------	-------

Combien Depensez-Vous ?

Un marchand dépense, chaque mois, une somme considérable pour Tabac et Cigares. En a-t-il toujours pour la valeur de son argent? C'est contestable. Pour s'en assurer, il doit acheter chez

JOS. COTÉ

**Importateur et Marchand
de Tabac en Gros**

QUEBEC.

Bureau et Magasin :
186-188 Rue Saint-Paul.

Entrepôt :
119 Rue Saint-André.

Succursale :
"EL SEARGEANT CIGAR STORE" 179 Rue St-Joseph.



Cigarettes
"SWEET CAPORAL"

La forme la plus pure sous laquelle le tabac peut être fumée.

"LANCET"

